

STRATEGI PENYUSUNAN SOAL TIM KREATIF ACARA TV *FAMILY 100* DALAM MEMPERTAHANKAN DAYA TARIK PROGRAM

Silkyana Maharani Kodrat¹, Hudi Santoso²

^{1,2} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University

Jalan Kumbang, Kota Bogor, Jawa Barat 16128, Indonesia

No. Hp.: 085819262434, E-mail: silkyanakodrat@apps.ipb.ac.id¹ hudi.santoso@apps.ipb.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penyusunan soal oleh tim kreatif program *Family 100* dan bagaimana strategi tersebut mempertahankan daya tarik program. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan partisipasi aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyusunan soal dilakukan melalui tahapan pembuatan soal harian, penyusunan paket survei, tabulasi hasil, dan penyesuaian soal dengan peserta. Strategi ini mencerminkan tahapan berdasarkan analisis VRIO (*Value, Rarity, Imitability, dan Organization*). Soal yang kontekstual, bervariasi, dan sesuai karakter audiens terbukti dapat mempertahankan daya tarik program.

Kata kunci: strategi kreatif, penyusunan soal, daya tarik, *Family 100*, VRIO

ABSTRACT

The Question Formulation Strategy of the Creative Team of Family 100 TV Program in Maintaining Program Appeal. This study aims to explore the question formulation strategy used by the creative team of the *Family 100* television program and how the strategy sustains the program's appeal. The research adopts a descriptive qualitative method, utilizing observation, in-depth interviews, and active participation. The findings show that the question formulation process involves stages such as daily question creation, survey package compilation, result tabulation, and adjustment of questions to match participants. This strategy reflects the stages of the VRIO analysis (*Value, Rarity, Imitability, and Organization*). Contextual, varied, and audience-relevant questions have been proven to maintain the program's attractiveness.

Keywords: creative strategy, question formulation, audience appeal, *Family 100*, VRIO

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, media massa telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Media massa tidak hanya digunakan sebagai sumber hiburan, tetapi juga untuk mendapatkan informasi, edukasi, serta sebagai sarana promosi bisnis dan produk (Abdullah et al., 2021). Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, membentuk opini publik, dan mendukung pembangunan masyarakat melalui konten edukatif dan hiburan (Ema, 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi, televisi tetap

mempertahankan perannya sebagai salah satu media massa yang digemari, meskipun platform digital semakin mendominasi konsumsi media masyarakat (Dewi et al., 2024). Semakin berkembangnya platform digital, televisi masih dapat bersaing pada era ini, seperti menurut Franklin et al. (2023), bahwa televisi tetap relevan karena mampu menjangkau audiens luas di berbagai daerah, bahkan yang belum terakses digital sepenuhnya. Hal ini menunjukkan bahwa televisi masih mampu memberikan daya tarik melalui program-program yang relevan, menghibur, dan edukatif.

Televisi sebagai media audiovisual memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan tidak membosankan. Menurut Febriyana (2020), program televisi yang dikemas secara kreatif mampu meningkatkan keterlibatan audiens, terutama melalui program interaktif seperti *game show*. Salah satu program televisi yang berhasil mempertahankan popularitasnya di tengah era digital adalah *Family 100*. Program *Family 100*, yang diproduksi oleh Fremantle Media, merupakan adaptasi dari format internasional *Family Feud*.

Family 100 menghadirkan kompetisi seru antara dua tim yang berusaha menebak jawaban terbanyak berdasarkan survei terhadap 100 responden. Kesuksesan acara ini tidak lepas dari kerja keras tim produksi, terutama tim kreatif yang memainkan peran penting dalam merancang elemen-elemen utama acara, termasuk penyusunan pertanyaan.

Penyusunan pertanyaan dalam program *Family 100* bukanlah proses yang sederhana. Tahapan ini melibatkan beberapa langkah utama, yaitu membuat pertanyaan, melakukan survei untuk mendapatkan jawaban dari responden, melakukan tabulasi data, hingga memastikan pertanyaan yang dihasilkan relevan dengan audiens. Menurut hasil penelitian Dewi et al. (2024) keberhasilan sebuah program televisi bergantung pada strategi kreatif yang diterapkan oleh tim produksi. Koordinasi tim produksi menjadi kunci, melibatkan produser, tim kreatif, dan editor. Zamzami et al. (2021) mengungkapkan bahwa strategi kreatif melibatkan perencanaan dan pemanfaatan

sumber daya tim secara optimal untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana strategi penyusunan soal dalam program televisi seperti *Family 100* dirancang dan diorganisasi untuk mempertahankan minat penonton. Acara TV *Family 100* dalam merancang pertanyaan dengan baik menjadi elemen inti yang menentukan permainan dan daya tarik program. Proses ini juga melibatkan analisis mendalam terhadap minat dan kebiasaan audiens. Jadi, pertanyaan yang disusun tidak hanya relevan, tetapi juga mampu memicu rasa penasaran dan keterlibatan aktif pemirsa.

Survei merupakan salah satu tahapan penting dalam penyusunan pertanyaan program *Family 100*. Proses ini memungkinkan tim produksi untuk memahami preferensi dan perspektif audiens secara mendalam. Tim kreatif dapat menyusun pertanyaan yang relevan dan mencerminkan pemikiran mayoritas dengan melibatkan 100 responden sebagai sampel survei. Menurut Sudarmawan et al. (2024), kualitas program televisi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan menonton, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas penonton. Studi ini menegaskan pentingnya menghadirkan konten yang sesuai dan berkualitas untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens.

Kualitas pertanyaan yang dirancang juga berdampak signifikan pada pengalaman audiens selama menonton. Pertanyaan yang menarik dan menantang tidak hanya menciptakan suasana kompetitif di antara peserta, tetapi juga mampu memancing rasa penasaran

pemirsa di rumah. Hasil penelitian Dewi et al. (2024) menunjukkan bahwa elemen interaktif seperti pertanyaan yang relevan dapat meningkatkan keterlibatan emosional penonton sehingga mereka merasa lebih terhubung dengan program. *Family 100* berhasil memanfaatkan elemen ini untuk menciptakan pengalaman menonton yang menyenangkan sekaligus memuaskan.

Penyusunan pertanyaan yang baik juga dapat memberikan kontribusi besar terhadap keberlanjutan acara televisi. Berdasarkan Nielsen Audience Measurement (2023), program *game show* tetap mempertahankan popularitasnya bahkan saat berpindah ke *platform streaming*. Hal ini menunjukkan adanya keterlibatan penonton yang kuat dan berkelanjutan. *Game show*, yang secara alami mendorong partisipasi kognitif seperti menebak atau menjawab soal, mampu menarik audiens baru yang lebih muda sambil tetap mempertahankan pemirsa lama. Fenomena ini mengindikasikan bahwa elemen interaktif dalam program *game show* berperan penting dalam membangun loyalitas pemirsa lintas platform dan generasi. *Family 100* dalam hal ini menunjukkan bagaimana elemen utama seperti pertanyaan dapat memengaruhi keberhasilan acara secara keseluruhan.

Fremantle Media, sebagai salah satu perusahaan produksi terkemuka, memiliki standar tinggi dalam menghasilkan program berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami peran dan strategi proses penyusunan pertanyaan program *Family 100* dengan analisis VRIO. Fokus pada aspek ini penting untuk memahami bagaimana strategi kreatif

dalam penyusunan pertanyaan dapat memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan dan popularitas program televisi di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi penyusunan soal dalam program *Family 100* yang diproduksi oleh Fremantle Media dan bagaimana strategi penyusunan pertanyaan dapat mempertahankan daya tarik program *Family 100*.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, tujuan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi penyusunan soal dalam program *Family 100* oleh tim kreatif Fremantle Media dan menjelaskan dampak penyusunan pertanyaan dapat mempertahankan daya tarik program *Family 100*.

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada berbagai aspek sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti

Penelitian dapat memperdalam pemahaman mengenai strategi penyusunan soal terhadap minat penonton, khususnya dalam konteks program acara TV seperti *Family 100*. Peneliti juga dapat memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian kualitatif, dari merumuskan masalah, mengumpulkan data, menganalisis data, hingga menyusun pembahasan penelitian.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memperkaya referensi akademis mengenai strategi penyusunan soal, khususnya dalam program acara TV di Indonesia dan memberikan kerangka analisis baru bagi penelitian di

bidang komunikasi, organisasi, dan sosial, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penyusunan soal terhadap minat penonton.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya strategi berpikir kreatif sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sosial sehari-hari dalam memecahkan suatu masalah. Selain itu, masyarakat akan lebih memahami bagaimana proses terbentuknya sebuah program acara TV yang biasa mereka tonton setiap hari.

4. Bagi *Family 100* Fremantle Indonesia

Penelitian ini akan membantu *Family 100* untuk lebih memahami dan mengoptimalkan tahapan penyusunan soal, yang dapat berperan dalam keberlanjutan dan popularitasnya. Penelitian ini juga dapat membantu tim *Family 100* dalam meningkatkan strategi berpikir kreatif yang akan berdampak pada kualitas soal.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif (kualitatif-deskriptif). Jenis penelitian ini digunakan agar dapat mendeskripsikan hasil penelitian dengan lebih jelas dan mendalam. Sebagaimana menurut Moleong (2021), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau metode lain dari kuantifikasi (pengukuran). Lokasi pengambilan data dilakukan secara *offline* di Fremantle Media (PT Dunia Visitama Produksi), Jalan Barito 2 Nomor 3 Kebayoran Baru - Jakarta Selatan 12130 Indonesia.

Data merupakan fakta yang sudah ditulis dalam bentuk catatan atau direkam ke dalam berbagai bentuk media. Data sangat penting untuk dijadikan sebagai bahan rujukan dalam memberikan gambaran yang luas terkait dengan suatu keadaan. Jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lokasi pengumpulan data. Data primer diperoleh dari peran sebagai anggota tim kreatif secara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara tidak langsung atau dari pihak lain. Data sekunder diperoleh dari wawancara, internet, artikel, jurnal, dan sumber lain.

Instrumen merupakan alat bantu yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan penulisan. Instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Daftar Pertanyaan

Daftar pertanyaan berperan sebagai panduan untuk kegiatan wawancara informan pada Fremantle Media. Pertanyaan disusun dengan mengangkat pembahasan mengenai peran dan kegiatan tim kreatif *Family 100* dalam menyusun pertanyaan.

2. Rekaman Audio

Rekaman audio dapat digunakan sebagai instrumen wawancara untuk memungkinkan merekam percakapan secara langsung untuk dianalisis lebih lanjut. Penggunaan rekaman audio dalam wawancara memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi peneliti dan responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terkait pekerjaan tim kreatif *Family 100*.

2. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif adalah keterlibatan dalam suatu kegiatan yang dilakukan secara langsung di lapangan. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan ikut terlibat langsung dalam kegiatan program acara *Family 100*.

3. Wawancara

Wawancara dilaksanakan sesuai dengan panduan dari daftar pertanyaan yang sudah dirancang sebelumnya untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Informan dalam penelitian ini adalah produser *Family 100*.

4. Studi Literatur

Metode studi literatur merupakan serangkaian prosedur dalam mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Menurut Syafitri (2020), studi kepustakaan merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam materi yang terdapat di ruang perpustakaan. Studi kepustakaan dalam penelitian ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari literatur-literatur ilmiah. Studi literatur sebagai salah satu metode pengumpulan data sekunder dianggap

lebih mudah dibandingkan metode lainnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri informasi yang sesuai dengan tema penelitian. Proses ini mencakup pencarian data dari buku referensi, jurnal, artikel, dan sumber tepercaya lainnya. Studi literatur juga mencakup pencarian dan pengumpulan teori serta data relevan dari berbagai literatur, baik dalam bentuk buku cetak maupun sumber digital seperti jurnal ilmiah, *e-book*, dan artikel yang tersedia di internet.

Teknik analisis data menggunakan analisis strategi VRIO. Menurut Creswell yang dikutip dalam buku *Ragam Analisis Data Penelitian* oleh Ulfah et al, teknik analisis data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Penelitian ini menggunakan teknik analisis VRIO (*Value, Rarity, Imitability, dan Organization*). Penggunaan kerangka VRIO dalam *resource based view* akan membantu perusahaan dalam menilai sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Solihin, 2023). Fokus penelitian ini lebih pada menganalisis sumber daya strategi dalam proses kreatif penyusunan soal.

1. *Valuable* atau bernilai merujuk pada kemampuan suatu sumber daya untuk memberikan nilai tambah terhadap *output* akhir dan memberikan manfaat bagi konsumen, sekaligus mencerminkan tingkat kesulitan dalam memperoleh sumber daya tersebut. Konsep ini juga mencakup kapabilitas dan aset yang dimiliki perusahaan dapat dimanfaatkan untuk menghadapi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.

2. *Rare* berarti sumber daya atau kemampuan tersebut tidak dimiliki oleh banyak pesaing sehingga menjadikannya unik dan memberi keunggulan tersendiri.

3. *Imitability* mengacu pada karakteristik sumber daya yang sulit ditiru oleh pihak lain, baik karena sifatnya yang kompleks, tidak terdokumentasi, maupun hanya bisa diperoleh melalui pengalaman.

4. *Organization* menggambarkan bagaimana perusahaan memiliki sistem, struktur, dan proses internal yang memungkinkan eksploitasi sumber daya secara optimal untuk mencapai keunggulan kompetitif (Damayanti, 2020).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas strategi kreatif dalam produksi program televisi, namun sebagian besar masih berfokus pada aspek konten secara umum atau peran produser. Belum banyak kajian yang secara spesifik menganalisis strategi penyusunan soal dalam program kuis berbasis pendekatan VRIO, walaupun penyusunan soal merupakan elemen utama dalam membangun keterlibatan penonton. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi strategi tim kreatif dalam menyusun soal dan mengaitkannya dengan kerangka keunggulan kompetitif VRIO.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Value dalam Strategi Penyusunan Soal

Aspek *value* dalam teori VRIO mengacu pada bagaimana suatu strategi dapat memberikan nilai tambah atau manfaat yang penting bagi organisasi. Nilai dari penyusunan soal terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan keterlibatan peserta dan penonton, sehingga mendukung keberlangsungan acara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informan*, yaitu produser *Family 100*, salah satu bentuk penciptaan nilai dalam penyusunan soal adalah memastikan bahwa pertanyaan bersifat menarik dan mendorong keterlibatan aktif.

Kita berharap mereka aktif mikir, ya... aktif menjawab, dan mereka bisa mengembangkan jawaban mereka. Itu indikator soal yang menarik buat *Family 100*.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa soal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen permainan, tetapi juga sebagai alat untuk menghidupkan interaksi peserta di studio dan membangun dinamika tayangan. Nilai dari penyusunan soal juga terlihat dari fokus tim kreatif dalam menghindari soal-soal yang menghasilkan jawaban absolut atau mayoritas satu jawaban.

Strategi ini menunjukkan bahwa soal yang bernilai tinggi adalah soal yang jawabannya bervariasi sehingga permainan menjadi lebih seru dan sulit diprediksi, yang pada akhirnya menjaga antusiasme penonton. Nilai lain ditambahkan melalui proses seleksi soal berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden. Soal yang menunjukkan distribusi jawaban yang beragam dan dinilai potensial untuk menghidupkan suasana permainan akan dipilih untuk tayang. Sebagaimana dijelaskan,

Kalau misalnya jawabannya terlalu mengerucut ke satu jawaban, itu kita seleksi lagi. Kita cari soal yang kira-kira jawabannya lebih tersebar.

Value tidak hanya muncul dari kreativitas penyusunan, tetapi juga dari keterukuran efektivitas pertanyaan dalam menciptakan suasana kompetisi. Temuan ini

selaras dengan penelitian Dewi et al. (2024), yang menyatakan bahwa elemen interaktif seperti pertanyaan yang relevan dan mudah dipahami oleh penonton berperan penting dalam membangun keterlibatan emosional dan menciptakan pengalaman menonton yang menyenangkan. Relevansi dan familiaritas soal menjadi kunci agar penonton merasa terhubung dengan tayangan yang disajikan.

Berdasarkan uraian tersebut, *value* dalam strategi penyusunan soal pada program *Family 100* tecermin melalui (1) soal yang mendorong peserta berpikir dan menjawab secara aktif, (2) seleksi berdasarkan variasi jawaban untuk menjaga kualitas permainan, dan (3) relevansi dan kedekatan soal dengan keseharian audiens yang meningkatkan keterlibatan emosional penonton.

Rarity dalam Strategi Penyusunan Soal

Rarity dalam kerangka VRIO menunjukkan tingkat keunikan suatu strategi yang tidak umum dimiliki oleh pesaing. Strategi penyusunan soal dalam program *Family 100* memiliki keunikan melalui pendekatan yang tidak hanya mengedepankan aspek kuis, tetapi juga mengandung elemen humor, kejutan, dan kedekatan dengan keseharian masyarakat.

Menurut hasil wawancara, dijelaskan bahwa soal-soal yang digunakan tidak selalu bersifat formal atau konvensional. Terdapat pertanyaan yang secara struktur tampak sederhana, namun memiliki potensi penafsiran luas baik oleh peserta maupun penonton. Hal ini menciptakan daya tarik tersendiri karena dapat memancing reaksi yang spontan dan menghibur.

Soal lucu tuh penting ya. Kadang kita bikin soal yang jawabannya itu sebenarnya normal aja, tapi konteksnya tuh bisa liar. Itu yang bikin orang mikirnya ke mana-mana,

tapi ternyata jawabannya aman dan lucu.

Keunikan juga tecermin dalam penggunaan soal-soal multitafsir yang tetap berada dalam batas tayangan yang aman untuk keluarga. Salah satu contoh soal yang memiliki *rating* tinggi dan sempat viral di media sosial adalah “Benda apa yang menonjol di celana pria?” Pertanyaan ini sengaja dibuat untuk multitafsir, membentuk pikiran liar dari penonton tanpa melanggar norma kesopanan, yang secara tidak langsung juga menarik minat pengguna media sosial untuk menonton program *Family 100*.

Soal kayak gitu itu lucu banget. Penonton langsung mikirnya liar, padahal jawabannya bisa dompet, kunci. Nah, itu yang bikin seru.

Keunikan tersebut diperkuat oleh penelitian Azzahra (2023) yang menyatakan bahwa pertanyaan dalam *Family 100* cenderung bersifat jenaka, kontekstual, dan mudah memicu reaksi penonton sehingga menjadi daya tarik utama yang tidak ditemukan dalam program sejenis. Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa gaya soal yang digunakan menjadi identitas tersendiri dan berkontribusi terhadap popularitas program.

Rarity juga tampak dalam keberanian menggunakan pertanyaan yang tergolong absurd, namun masih logis dan dapat dijawab secara kreatif oleh peserta. Dalam wawancara disebutkan bahwa soal absurd justru menjadi daya tarik tersendiri jika dikemas dengan cara yang tidak berlebihan.

Soal absurd itu kadang justru jadi favorit penonton. Tapi kita tetap jaga jangan sampai nggak logis atau keluar batas.

Berdasarkan temuan tersebut, aspek *rarity* tecermin melalui (1) soal yang dikembangkan dari konteks sosial sehari-hari, namun dikemas secara unik dan lucu, (2) pemanfaatan potensi multitafsir dalam pertanyaan untuk membangkitkan respons tidak terduga, dan (3) pemilihan tema absurd yang tetap logis dan aman, menciptakan ciri khas program yang sulit ditemui di acara kuis lainnya.

Strategi ini membentuk kekhasan dalam tayangan *Family 100* dan membedakannya dari program serupa. Keunikan tersebut menjadi modal penting dalam menjaga eksistensi dan minat penonton terhadap acara.

***Imitability* dalam Penyusunan Soal**

Imitability dalam kerangka VRIO merujuk pada bagaimana strategi yang digunakan sulit ditiru oleh pihak lain. Strategi penyusunan soal dalam program *Family 100* memiliki karakteristik yang sulit direplikasi karena melibatkan kombinasi intuisi kreatif, pengalaman tim, dan proses validasi yang spesifik terhadap karakter tayangan.

Menurut hasil observasi langsung penulis dan wawancara, keberhasilan soal tidak hanya ditentukan oleh seberapa lucu atau menarik pertanyaannya, tetapi juga oleh hasil survei terhadap 100 responden. Proses seleksi atau tabulasi data dilakukan secara ketat agar soal yang digunakan memiliki distribusi jawaban yang bervariasi dan tidak mengarah pada satu jawaban dominan. Tabulasi data dilakukan untuk mendistribusikan 100 jawaban responden dan diklasifikasikan berdasarkan jumlah jawaban yang sama. Akan tetapi, jika setelah diklasifikasikan

jawaban absolut atau hanya satu, bisa dinyatakan itu soal yang gagal.

Kalau di dalam satu soal, dalam 120 jawaban itu, terisi 70 orang menjawab satu jawaban yang sama, itu sebenarnya gagal. Karena absolut. Karena bisa ditebak. Karena mendominasi.

Validasi melalui hasil survei menjadi pembeda yang menciptakan standar khusus dalam pemilihan soal. Tidak semua program kuis menerapkan sistem tabulasi dan survei secara konsisten. Survei menjadi elemen penting dan pembeda program *Family 100* dengan program kuis lain karena program ini bukan mengenai benar-salah melainkan ada-tidak ada jawaban pada hasil survei. Hal ini membuat program *Family 100* tidak bisa ditiru berkat kombinasi survei dan tabulasi yang terus dilakukan secara jujur.

Kekuatan lainnya terletak pada kemampuan menyesuaikan soal dengan peserta yang tampil di studio. Berdasarkan observasi selama mengikuti proses syuting *Family 100*, didapatkan sebuah soal dapat diganti saat proses syuting sedang berlangsung, apabila dirasa tidak sesuai dengan kemampuan atau respons peserta.

Misalnya kita lihat peserta di *line round* aja mereka udah susah jawab, ya udah di babak berikutnya soalnya kita turutin tingkatannya.

Pengambilan keputusan semacam ini tentu tidak bisa dilakukan secara sembarangan karena dibutuhkan kemampuan membaca situasi studio secara *real-time*, kerja sama lintas divisi, serta pengalaman lapangan yang hanya bisa dibangun melalui keterlibatan jangka panjang dalam produksi. Ketangkasan semacam ini tidak dapat dibangun secara

instan karena memerlukan koordinasi dan pengalaman antartim yang solid. Temuan ini sejalan dengan Damayanti & Adiwibowo (2021) yang menjelaskan bahwa proses kreatif yang melibatkan intuisi, pengalaman, dan sensitivitas sosial tidak dapat ditiru secara langsung oleh organisasi lain karena bersifat melekat dan tidak terdokumentasi secara eksplisit. Strategi penyusunan soal dalam *Family 100* menjadi tidak mudah ditiru karena tergantung pada internalisasi pengalaman, koordinasi tim, dan proses reflektif dalam memahami karakteristik peserta dan audiens.

Berdasarkan temuan tersebut, aspek *imitability* dalam strategi penyusunan soal tecermin dari (1) proses validasi soal melalui survei dan tabulasi responden yang menjadi standar baku internal, (2) kombinasi antara intuisi kreatif dan pertimbangan teknis berdasarkan pengalaman produksi; dan (3) fleksibilitas dalam mengubah soal saat proses produksi berlangsung.

Organization dalam Penyusunan Soal

Organization dalam kerangka VRIO merujuk pada kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya, struktur, dan sistem kerja untuk mengeksekusi strategi yang telah dirancang. Pada program *Family 100*, strategi penyusunan soal dapat dijalankan dengan efektif karena didukung oleh struktur kerja tim kreatif yang sistematis dan terkoordinasi. Berdasarkan wawancara dan hasil observasi langsung, tahapan awal dimulai dengan pembuatan pertanyaan harian oleh tim kreatif, yang kemudian masuk ke dalam *bank question*. Setelah itu, tim menyusun paket survei yang terdiri dari 30 pertanyaan dan mendistribusikannya

kepada 100 responden. Hasil dari survei ini ditabulasi untuk melihat distribusi jawaban. Pertanyaan yang lolos kriteria akan disimpan ke dalam *bank compile* sebelum akhirnya dipilih kembali dalam tahap *programming question*, yaitu saat soal-soal dipasangkan dengan karakter peserta yang akan tampil di episode tertentu.

Tahapan pertama bikin pertanyaan harian, masuk *bank question*, lalu bikin paket survei yang isinya 30 pertanyaan... setelah disurvei dan ditabulasi, kita simpan di *bank compile* dan akhirnya dipilih di *programming question* sesuai peserta yang akan main.

Pembagian peran dilakukan secara jelas dalam tim. Terdapat anggota yang bertugas menyusun soal, menyeleksi, dan mengoordinasikan hasil survei. Struktur kerja ini memungkinkan pengelolaan waktu dan produksi berlangsung secara efisien. Selain itu, proses ini dilakukan secara berulang dalam setiap produksi episode, yang menunjukkan adanya sistem yang telah terstandar. Koordinasi antaranggota tim juga berjalan baik, ditunjukkan melalui kemampuan tim untuk menyesuaikan soal saat syuting jika dirasa tidak sesuai.

Bahkan tadi pas syuting baru aja diganti soal bonusnya.

Temuan ini didukung oleh penelitian Fitrianiingsih et al. (2025) yang menyatakan bahwa keberhasilan program televisi sangat dipengaruhi oleh organisasi produksi yang memiliki sistem kerja terstruktur dan mampu menjalankan strategi kreatif secara konsisten. Penelitian tersebut menegaskan bahwa struktur tim produksi yang solid,

alur kerja yang jelas, dan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan lapangan menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas program. Aspek *organization* dalam strategi penyusunan soal *Family 100* tecermin dari (1) tahapan kerja yang terstruktur dari penciptaan, seleksi, hingga finalisasi soal, (2) pembagian peran yang jelas dalam tim kreatif untuk mendukung efisiensi kerja, dan (3) kemampuan tim dalam menyesuaikan strategi secara langsung di lapangan.

Strategi Penyusunan Soal dalam Mempertahankan Daya Tarik Program

Strategi penyusunan soal dalam program *Family 100* tidak hanya berdampak pada kelancaran permainan, tetapi juga secara langsung dapat mempertahankan daya tarik penonton dan keterlibatan dalam mengikuti tayangan. Soal-soal yang dipilih tidak hanya berdasarkan kreativitas, melainkan juga melalui pertimbangan bagaimana soal tersebut akan diterima dan dirasakan oleh audiens. Sesuai dari hasil wawancara, dijelaskan bahwa jika soal terlalu sulit dan mayoritas peserta tidak dapat menjawab, respons penonton bisa berubah menjadi kecewa atau jengkel. Namun, dalam beberapa kasus, hal ini justru menimbulkan rasa penasaran atau bahkan keinginan untuk ikut mencoba menjawab.

Kalau ternyata orang tersebut terlihat jadinya banyak yang tidak bisa jawabnya, itu akan membuat penonton itu kayak, apaan sih... tapi akhirnya mereka yang kesel itu, akhirnya mencoba untuk ikutan, biar merasakan....

Hal ini menunjukkan bahwa soal yang sulit tetap bisa menarik minat, selama

disusun dengan pengaturan yang tepat dan tidak digunakan secara berlebihan.

Daya tarik program juga dipengaruhi oleh karakter soal yang lucu, inspiratif, dan relevan dengan konteks sosial mereka. Tim kreatif secara sadar menghindari soal-soal yang tidak jelas, terlalu abstrak, atau berpotensi menyinggung kelompok tertentu. Dijelaskan dalam wawancara bahwa soal harus disesuaikan dengan konteks keluarga, aman untuk semua usia, dan mampu memancing tawa atau kehangatan.

Kita juga harus menyesuaikan juga soal dengan jawaban apakah soalnya itu sudah berhasil, misalnya soalnya lucu tapi kok jawabannya terlalu kemana-mana nah itu kita hindarkan juga... soal itu juga kita jaga tidak menyinggung atau tidak merendahkan... *Family 100* itu malah sebaliknya kita harus cari yang memang benar-benar menginspirasi dan menghibur...

Pendekatan ini memperlihatkan bahwa penyusunan soal adalah salah satu kunci untuk menjaga ketertarikan penonton terhadap program. Hasil observasi di lapangan menemukan bahwa penonton yang hadir langsung di studio menunjukkan antusiasme tinggi ketika soal-soal yang dimainkan memiliki unsur kejutan atau lucu. Respons mereka tampak dalam bentuk tertawa spontan, memberi komentar, hingga ikut menebak meskipun tidak sedang bermain. Hal ini menjadi bukti bahwa soal yang dirancang dengan pendekatan emosional dan sosial dapat membangun keterlibatan penonton secara aktif, baik secara langsung maupun tidak langsung.

SIMPULAN

Untuk Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penyusunan soal yang dilakukan tim kreatif program *Family 100* memiliki keunggulan kompetitif berdasarkan analisis kerangka VRIO. Strategi tersebut memberikan nilai (*value*) melalui soal yang relevan, mendorong keterlibatan peserta, dan mampu menjaga dinamika permainan. Keunikan (*rarity*) terlihat dari jenis pertanyaan yang multitafsir, lucu, dan tidak umum digunakan dalam program sejenis. Strategi ini juga sulit ditiru (*imitability*) karena melibatkan intuisi kreatif, pengalaman tim, dan proses validasi yang spesifik. Pelaksanaannya didukung oleh sistem organisasi (*organization*) yang terstruktur dan fleksibel, memungkinkan strategi dijalankan secara konsisten. Soal yang relevan, lucu, dan memiliki potensi multitafsir mampu menciptakan keterlibatan emosional, baik melalui rasa penasaran, keinginan untuk ikut menebak, maupun respons spontan seperti tertawa atau komentar. Strategi penyusunan yang mempertimbangkan konteks sosial penonton serta menjaga keseimbangan antara hiburan dan tantangan menjadi salah satu kunci dalam mempertahankan perhatian dan loyalitas audiens terhadap program. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penyusunan soal memiliki pengaruh langsung terhadap minat penonton program *Family 100*.

Temuan ini menjawab tujuan penelitian, yaitu mengetahui bagaimana strategi penyusunan soal dilakukan dan bagaimana strategi tersebut berkontribusi terhadap daya tarik program di mata penonton.

KEPUSTAKAAN

Artikel Jurnal

- Azzahra, F.(2023). Peran Tim Kreatif Program Family 100 dalam Menyusun Soal untuk Menarik Minat Penonton Televisi. *Jurnal Media Penyiaran*. 3(2): 1-6
- Damayanti F & Adiwibowo L.(2021). Analisis VRIO Model Perusahaan Fintech dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*. 5(2):258-8095.
- Dewi, Y. A. L. et al.(2024). Strategi Tim Kreatif Nusantara TV dalam Meningkatkan Eksistensi Program Kok Bisa Viral. *Bran Communication: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(3):273-286
- Febriyana. (2020). Proses Produksi Program Talk Show “Redaksi 8” pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda
- Fitrianingsih et al. (2025). Manajemen Proses Produksi Siaran Pemberitaan Media Televisi. *Studi Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*. 2(1):71-83.
- Solihin(2023)AnalisisVRIOuntukMemperoleh Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dalam Industri Pangan Organik(Studi Pada PT X). *National Conference on Applied Business, Education & Technology*. 3(1):126-137
- Sudarmawan et al. (2024) A Novel Framework for Evaluating Television Program Quality and Its Impact on Viewer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Human, Earth, and Future*. 4(4):720-741
- Zamzami & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*.2(1):25-37.
- Syafitri & Nuryono. (2020) Studi Kepustakaan Teori Konseling “Dialectical Behavior Therapy”. *Jurnal BK UNESA*. 11(1):53-39

Buku

Abdullah, S. et al. (2024). *Pengantar Komunikasi Pendidikan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Ema et al. (2024). *Pengantar Komunikasi Pendidikan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara

Nurchayati, Z. (2015). *Televisi Sebagai Media Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Franklin, J. (2023). *Broadcasting and the Public Interest: Regulatory Models for Broadcasting in the 21st Century*. Springer

Pustaka Laman

Nielsen Audience Measurement (2023). <https://www.nielsen.com/insights/2022/with-streaming-game-shows-have-an-entirely-new-audience/>