

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Digitalisasi sangat memberikan dampak yang berpengaruh bagi beberapa aspek kehidupan di Indonesia seperti sektor bisnis, publik dan pemerintahan, pendidikan, kesehatan, hingga kehidupan domestic (Suwanto, 2021). Tidak terkecuali dampak dari digitalisasi ini juga berpengaruh pada media-media masa yang umumnya diperlukan manusia sebagai sumber informasi, edukasi, dan hiburan. Namun, dengan meluasnya digitalisasi bahkan hingga ke aspek teknologi komunikasi membuat perlahan manusia bergeser dan beralih ke *gadget* salah satunya telepon genggam yang mereka miliki atau yang lebih akrab dikenal dengan *smartphone*. Di *smartphone*, sudah banyak aplikasi dan fitur-fitur yang lebih menarik dan memudahkan manusia dalam beberapa kegiatan dan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jika dahulu manusia cenderung lebih suka menonton televisi, namun sekarang masyarakat lebih tertarik untuk menonton menggunakan *smartphone* dengan platform seperti *YouTube*, *TikTok*, *Netflix*, dan beberapa aplikasi video lainnya baik untuk mendapatkan informasi atau hanya untuk hiburan.

Salah satu stasiun televisi lokal yang menggunakan *YouTube* sebagai media untuk mempublikasikan tayangan mereka adalah televisi milik pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY), yaitu Jogja Istimewa Televisi (JITV). Dengan berbekal magang di JITV, penulis dapat melakukan penelitian mengenai konten yang di produksi oleh JITV salah satunya konten *talkshow* IMAJI. IMAJI merupakan singkatan dari Inspirasi Masyarakat Jogja. *Talkshow* IMAJI adalah *talkshow* dengan jenis *the talk program*, yaitu ketika tayangan *talkshow* akan ada presenter yang akan menceritakan suatu yang menarik, dan durasi yang cukup singkat (Wibowo, 2007: 67-68). Tayangan yang disuguhkan meliputi konten wisata, kuliner, seni dan budaya, sosial, serta pendidikan yang berkaitan dengan

keistimewaan. Selain sebagai sumber informasi bagi masyarakat Jogja (khususnya), harapannya JITV dapat menjadi salah satu tayangan yang menayangkan seputar keistimewaan Yogyakarta. Terlebih lagi JITV yang berfokus menayangkan informasi seputar aktivitas pemerintahan Jogja dan mengangkat kisah-kisah inspiratif dan inovatif dari masyarakat Jogja. (Mahardika, 2022)

Dalam memanfaatkan *YouTube* sebagai *platform* untuk menayangkan program acara JITV, *YouTube* disini berperan sebagai media sosial lalu dialihkan fungsinya menjadi media massa dikarenakan *channel YouTube* JITV sudah dikelola oleh lembaga pemerintahan dalam hal ini dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo DIY) sebagai media yang menyampaikan informasi seputar pemerintahan khususnya keistimewaan Yogyakarta.

Gambar 1.1

Tayangan *talkshow* IMAJI di *Youtube*



Sumber: kanal *YouTube* JITV

Dilansir dari kanal *YouTube* JITV, dapat ditemukan data bahwa jumlah penonton *talkshow* IMAJI masih sangat sedikit, hanya ada 12 hingga 60 penonton dengan jumlah *subscriber* sebanyak 5,18K *subscriber*. Selain

itu penulis juga menemukan data bahwa potensi kanal *Youtube* JITV hanya memiliki potensi sebesar 9,13% untuk mencapai *top score* di *YouTube*.

Gambar 1.2

Dasbor *YouTube Stats&Analytics* JITV Pemda DIY



Sumber: [id.noxinfluencer](https://id.noxinfluencer.com)

Dari data di atas, peneliti menemukan permasalahan mengenai tayangan IMAJI di JITV yang nampaknya kurang menarik dan kurang diminati oleh *subscriber* JITV dan masyarakat Yogyakarta. Melihat dari jumlah penonton IMAJI di kanal *YouTube* JITV dan grafik *YouTube* JITV yang belum menunjukkan ada peningkatan sejauh ini. Hal ini selain karena faktor secara teknis, faktor yang juga berpengaruh besar adalah faktor sumber daya manusia yang tergabung dalam tim JITV tidak terkecuali peran seorang *host* yang membawakan acara *talkshow* IMAJI di JITV.

Host sebagai pemandu acara berpengaruh besar terhadap keberlangsungan sebuah acara tersebut. Maka dari itu pentingnya kemampuan *public speaking* seorang *host* menjadi sebuah perhatian dalam penelitian ini. *Public speaking* menjadi peran utama yang sangat penting, kata-kata memiliki kekuatan untuk menginformasikan dan membujuk, bahkan kata-kata akan menjadi lebih kuat ditangan pembicara yang tepat (Dr. Dessy Miswati, 2022). Beranjak dari masalah tersebut, penulis tertarik

untuk meneliti Strategi *Public Speaking Host* JITV Pada Program Acara *Talkshow* Imaji dalam Membangun *Branding* "Kreatif Dan Inovatif".

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ditemukan rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi *public speaking host* IMAJI JITV dalam membangun *branding* kreatif dan inovatif?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dengan merujuk pada rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi *public speaking host talkshow* IMAJI JITV dalam membangun *branding* kreatif dan inovatif.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dengan adanya tujuan penelitian di atas, maka penulis berharap dapat memberikan manfaat penelitian sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat akademis/teoritis

Manfaat akademis/teoritis dari penelitian ini adalah pembaca dapat mengenal salah satu televisi lokal milik Pemerintah Daerah Yogyakarta yaitu JITV. Pembaca juga dapat mengetahui bagaimana strategi *public speaking* yang dilakukan seorang *host* dalam membentuk *branding* kreatif dan inovatif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah pembaca dapat tergugah untuk lebih memilah program acara apa yang seharusnya menjadi konsumsi sehari-hari. Sedangkan untuk penulis diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana dalam mengimplementasikan pengetahuan terkait strategi *public speaking* yang dilakukan oleh seorang *host* dalam membawakan acara. Manfaat bagi instansi Jogja

Istimewa Televisi (JITV) dapat menjadi tolak ukur untuk lebih meningkatkan kualitas tayangan.

