

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu program acara memiliki banyak sekali divisi sesuai dengan perannya masing-masing, salah satu yang memegang peranan kunci adalah Pengarah acara atau *Program Director*. Seorang *Program Director* bertugas untuk merencanakan atau mengatur strategi baik itu secara teknis maupun non teknis agar produksi suatu program dapat dilaksanakan dengan terarah dan semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan program tersebut. Menurut Naratama (2004) pengarah acara adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab terhadap produksi suatu program acara televisi meliputi kreativitas tayangan, kualitas visual yang dihasilkan, mengatur alur kerja kerabat kerja, hingga meliputi hal-hal teknis seperti lampu, kamera, set, dan lain-lain, sehingga menghasilkan tayangan yang berbobot dan berkualitas. Walaupun *program director* memegang kendali penuh terhadap jalannya suatu produksi program acara televisi, ia memiliki *guideline* yang telah ditentukan oleh produser.

Selain *program director*, peranan tim kreatif juga memiliki peranan yang sangat penting terhadap suatu tayangan, karena tim kreatif merupakan otak dari suatu program. tim kreatif berfokus pada pembaruan dan pengembangan ide agar suatu tayangan dapat menarik perhatian dan dinikmati oleh penonton. Kedua divisi ini saling berkolaborasi dengan cara dimana Tim Kreatif menghasilkan ide-ide yang fresh, lalu *program director* memberi keputusan agar ide-ide tersebut tidak melenceng dari arahan Produser Program.

Berdasarkan wawancara dengan Arianto, Produser TalkCation, *program director* dan tim kreatif merupakan tombak utama dalam melakukan *rebranding* tayangan TalkCation ini. Menurut Muzellec dan Lambkin (2006) *rebranding* dapat dilakukan dengan cara mengubah nama,

istilah, desain atau kombinasi dari berbagai hal tersebut untuk memberikan kesan baru kepada penikmat dan juga kompetitor. *Rebranding* harus dilakukan karena TalkCation ditangani oleh tim produksi yang baru, sehingga TalkCation 4.0 ini harus lebih fresh dengan tema yang dijunjung yaitu "*Local Heroes*". Sehingga dalam persiapan produksi, *program director* bersama tim kreatif memiliki banyak tugas dan tanggung jawab dalam menghasilkan ide-ide yang fresh dan juga melakukan realisasi dengan dana yang terbatas.

Program acara seperti TalkCation memiliki kesempatan untuk memberi dampak kepada masyarakat luas, hal ini karena media atau *platform* yang ditempati adalah televisi. Sebagai salah satu dari empat pilar demokrasi, televisi yang termasuk dalam media massa merupakan alat kontrol sosial yang sangat berpengaruh bagi masyarakat. Hal itu pula yang mendasari bahwa media massa harus netral agar dapat dipercaya oleh masyarakat dan tidak boleh menyalahgunakan kekuasaannya untuk kepentingan suatu pihak.

Penyebaran informasi melalui media massa televisi merupakan salah satu penyebaran yang menjadi sumber utama informasi bagi masyarakat, hal ini dapat dilihat dari data yang dipaparkan dalam salah satu survei KIC melalui situs katadata.co.id di bawah. Survei tersebut menyatakan bahwa televisi menempati peringkat nomor satu dengan tingkat persentase 49,5% dari total 1.670 responden. Bahkan dari data tersebut, masyarakat lebih percaya media televisi dibandingkan dengan situs resmi pemerintah yang hanya menempati posisi ketiga (databoks.katadata.co.id, 2020).

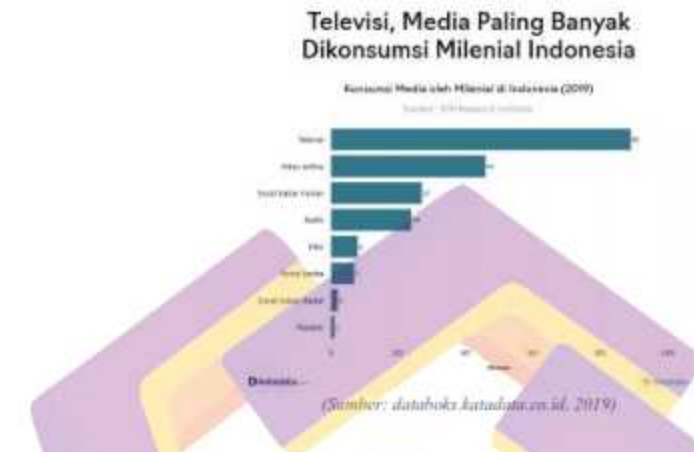
Gambar 1. | Survei KIC: Masyarakat Paling Percaya Informasi dari Televisi



(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2020)

Selain menjadi salah satu sumber informasi terpercaya bagi masyarakat, televisi juga menjadi salah satu media yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat milenial menurut laman databoks.katadata.co.id pada postingan “*Televisi, Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia*” yang bersumber dari IDN Research Institute. Dalam survei tersebut, terdapat beberapa media yang menjadi konsumsi masyarakat milenial Indonesia. Televisi menjadi peringkat pertama dengan persentase sebesar 89%, kemudian diikuti oleh Video online (46%), Surat kabar harian (27%), Radio (24%), Film (8%), Portal berita (7%), Surat kabar digital (2%), dan majalah (1%). Dari data tersebut, televisi merupakan media yang paling banyak dikonsumsi. Bahkan persentasenya hampir dua kali lipat dari posisi kedua yaitu video online.

Gambar 1. 2 Televisi, Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia



Dari dua data yang sudah dipaparkan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa media televisi masih banyak dikonsumsi masyarakat dan juga menjadi media yang paling dipercaya masyarakat. Hal ini membuat peran televisi sangat kuat dalam memegang kontrol sosial, segala informasi yang ditayangkan dalam televisi dapat berpotensi menjadi alasan perilaku masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap media penyiaran televisi juga dijamin oleh Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, dalam undang-undang tersebut mengatur tentang prinsip-prinsip yang harus dijaga dalam penyelenggaraan penyiaran. Prinsip-prinsip tersebut berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, televisi harus menjaga relevansi dan juga informasi yang kredibel agar tidak menyiarkan informasi palsu kepada masyarakat (dpr.go.id, 2022).

Dapat melakukan penyiaran dan dapat menarik perhatian masyarakat untuk menonton penyiaran adalah dua hal yang berbeda, penyiaran dapat dilakukan apabila suatu program sudah menaati peraturan penyiaran yang berlaku. Dapat menarik perhatian masyarakat merupakan

suatu hal yang tidak cukup hanya dengan sekedar memenuhi standar minimum penyiaran, program acara harus menambahkan komponen tersendiri yang menyesuaikan dengan kalangan masyarakat yang dituju dan juga menambahkan aspek kreatif untuk mendapatkan perhatian dari kalangan masyarakat tersebut. Aspek kreatif inilah yang menjadi dasar apakah suatu tayangan dapat dinikmati dan menarik perhatian para penontonnya.

Tayangan pendidikan yang menarik bagi penonton di Indonesia masih sangat rendah, masih banyak masyarakat yang tujuan menonton televisi untuk mencari hiburan atau mengikuti series sinetron tertentu. Berbagai tujuan masyarakat untuk menonton televisi dapat dilihat dalam data survei Indikator Politik yang dimuat dalam situs *katadata.co.id* yang berjudul “*Survei: Mayoritas Penonton TV Suka Sinetron dan Acara Olahraga*”. Mayoritas penonton televisi nampaknya masih menggunakan media televisi sebagai sarana hiburan atau sumber berita terkini, jarang masyarakat yang menggunakan televisi untuk tujuan mencari ilmu pengetahuan. Dalam grafik survei tersebut, penonton televisi dengan tujuan mencari ilmu pengetahuan berada dalam posisi ketiga setelah posisi pertama ditempati oleh tujuan hiburan lalu diikuti dengan tujuan untuk mencari berita (*ataboks.katadata.co.id, 2022*).

Gambar 1. 3 Survei: Mayoritas Penonton TV Suka Sinetron dan Acara Olahraga



(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022)

Dari data di atas, kekuatan besar televisi dalam ranah memberi pendidikan terhadap masyarakat Indonesia masih sangatlah kurang. Televisi masih memiliki potensi besar dalam perkembangan pendidikan di Indonesia apabila pihak televisi mau memanfaatkan platform mereka untuk membuat program yang berisi tentang dunia pendidikan seperti informasi yang dapat mengembangkan potensi anak muda. Di sisi lain, TalkCation memiliki kesempatan yang bagus karena merupakan acara hiburan berupa talkshow. Hal ini dimanfaatkan oleh tim TalkCation untuk menyajikan informasi pendidikan bagi kalangan remaja dengan cara yang juga dapat dinikmati.

Dalam produksi TalkCation 4.0, tim produksi seperti *program director* memiliki beberapa kendala yang dialami. Pertama, proses rebranding yang harus dilakukan karena studio yang digunakan berbeda dengan TalkCation sebelumnya yang disebabkan oleh jadwal penggunaan dan fleksibilitas yang tidak memadai sehingga tim TalkCation 4.0 memilih untuk mencari studio baru agar dapat mengatur jadwal produksi. Selanjutnya, pencarian narasumber sempat tertunda karena kurangnya referensi calon narasumber yang memenuhi dengan kriteria yang dicari oleh pihak TalkCation 4.0. Selain itu, pada saat produksi terdapat kendala dengan

pemasangan set dekor yang sulit dan membutuhkan waktu lama. Hal tersebut dikarenakan bahan yang digunakan sangat rapuh sehingga memerlukan perbaikan berkala bahkan pada saat proses produksi berlangsung.

Upaya *rebranding* dilakukan agar TalkCation 4.0 memiliki kesan atau pengemasan yang berbeda dari TalkCation versi sebelumnya. Perbedaan yang paling terlihat ada dalam visual program acara TalkCation, mulai dari segi animasi hingga set dekorasi. Dalam TalkCation versi lama, set studio identik dengan warna biru tua dan juga warna coklat. Ditambah dengan grafik animasi yang memiliki warna biru tua. Sedangkan TalkCation 4.0 memiliki set studio yang identik dengan warna putih dengan aksen biru muda dan kuning, ditambah dengan grafik animasi yang memiliki ciri khas warna biru muda. Selain dari visual studio dan animasi, *wardrobe* yang digunakan oleh *host* tidak hanya menggunakan jas namun bervariasi di setiap episodenya seperti jaket dan juga kemeja tanpa jas.

Gambar 1. 4 Tampilan TalkCation



(Sumber: bank data TalkCation, 2022)

Dengan tanggung jawab untuk melakukan *rebranding* dan membawa pesan pendidikan untuk remaja, *program director* dalam TalkCation 4.0 harus memiliki strategi yang efektif dalam melakukan produksi tiap episodenya. Oleh karena itu, *program director* menggunakan teori berfikir kreatif model wallas. Teori ini mengacu pada tahapan proses kreatif yang dapat mempermudah penemuan ide-ide baru. Dalam teori ini terdapat 4 tahapan, yaitu persiapan (*preparation*), inkubasi (*incubation*),

iluminasi (*illumination*), dan verifikasi (*verifikasi*). Teori ini digunakan karena berkaitan dengan tahapan produksi yang dimiliki program TalkCation 4.0, yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi, dan evaluasi. (Eastman dan Ferguson, 2009)

Berdasarkan beberapa data yang sudah dikumpulkan dan dikaitkan dengan permasalahan yang dialami dalam proses produksi TalkCation 4.0, peneliti ingin meneliti strategi yang diambil oleh *Program Director* TalkCation 4.0 dengan mengangkat judul ***“Strategi Program Director Pada Program Acara TalkCation RB TV”***.

1.2 Fokus Masalah dan Rumusan

Dari fokus masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah ***“Bagaimana Strategi Program Director Pada Program Acara TalkCation RB TV”***

1.3 Tujuan Penelitian

Dari fokus masalah dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan terhadap strategi-strategi yang digunakan oleh *Program Director* pada acara TalkCation RB TV.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan bidang keilmuan komunikasi, khususnya dalam penyusunan strategi kreatif dengan menggunakan teori wallas untuk pelaksanaan produksi suatu program acara televisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Masyarakat.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu acuan dalam pemahaman dalam keilmuan bidang komunikasi bagi masyarakat dalam cara penyusunan strategi kreatif untuk menemukan dan mengembangkan ide kreatif dengan menggunakan teori wallas.

2. Bagi Peneliti Berikutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam pengaplikasian proses kreatif menurut teori wallas untuk menemukan dan mengembangkan ide kreatif.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian berikut ditujukan agar mempermudah peneliti dalam melakukan penyusunan skripsi secara sistematis, sehingga data dapat diperoleh dengan hasil yang jelas dan detail. Berikut sistematika penelitian dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, fokus dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu (*state of arts*), kerangka teori, dan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI

Pada bab ini, peneliti mendeskripsikan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis. Secara sistematis, bab metode penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengambilan data, teknik analisis data, profil institusi magang.

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisa dan gambaran hasil penelitian, bab ini terdiri dari temuan penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang didapat setelah melakukan penelitian dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan.