

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sebagai medium komunikasi massa, televisi memiliki fungsi seperti hiburan, informasi dan edukasi. Menurut Bungin dalam Habibie (2018) media massa dapat diartikan sebagai informasi dan media komunikasi dalam hal penyebaran informasi secara massal yang bisa diakses oleh khalayak luas, dilihat dari artinya, media massa menjadi alat untuk penyebaran opini, berita, hiburan, dan lain-lain.

Televisi menjadi salah satu media yang masih eksis di era digital ini, Meskipun perkembangan teknologi telah memperkenalkan platform digital seperti *streaming* video dan layanan *on-demand*, televisi masih memiliki jumlah pasar yang besar dan menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari bagi banyak orang. Televisi memiliki keunggulan tertentu yang membuatnya tetap dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satu keunggulannya adalah akses yang luas dan mudah sehingga masyarakat dari daerah kurang berkembang atau terpencil bisa menikmati hiburan yang ada di televisi. Meskipun banyak orang yang mengandalkan internet untuk menonton konten, namun tidak semua orang memiliki akses internet yang stabil atau cepat. Televisi juga memiliki kelebihan lainnya yaitu bersifat audio visual yaitu dapat dilihat dan didengar, atau menggambarkan kenyataan dan langsung menyajikan peristiwa yang sedang terjadi. Stasiun televisi menawarkan program-program acara olahraga, berita atau acara-acara budaya yang ditunjukan sesuai dengan minat dan selera masyarakat. Pada data yang ada pada (Katadata, 2020) menjelaskan bahwa pada tahun 2019 televisi menjadi media yang paling banyak di konsumsi oleh milenial di Indonesia.

Gambar 1.1



Gambar 1.1 menunjukkan hasil survei indeks kualitas program siaran televisi yang dilihat dari laman web KPI pada tahun 2015 program budaya wisata termasuk program acara televisi yang berkualitas dan banyak diminati nomor dua setelah program religi. (kpi.go.id, 2015). Setiap hari terdapat berbagai macam program acara televisi yang ditawarkan oleh stasiun-stasiun televisi. Berbagai program acara televisi dapat dinikmati oleh masyarakat dari pagi hingga malam hari, bahkan sekarang ini banyak stasiun televisi yang menyajikan program acaranya secara nonstop setiap harinya. Program acara televisi adalah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi, yang akan menjadi landasan keratifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam beberapa kriteria yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut (Naratama, 2004). Ada berbagai jenis program acara televisi di Indonesia, menurut buku Manajemen Media Penyiaran karya Marisson (2008), program acara televisi dibagi menjadi tiga, yang pertama adalah

berita keras (*hard news*) yakni Informasi penting dan menarik yang harus segera di tayangkan oleh media penyiaran agar dapat diketahui audiens secepatnya. Berita keras dibagi menjadi beberapa bentuk berita yaitu *straight news*, *feature*, *infotainment*. Yang ke dua adalah berita lunak (*soft news*) adalah Segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, namun tidak harus segera ditayangkan. Contohnya yaitu *current affair*, *magazine*, *documenter*, *talk show*. Ketiga yaitu program hiburan yakni bentuk siaran yang bertujuan menghibur audiens dalam bentuk lagu, music, cerita dan permainan. Contohnya yaitu drama, permainan (*game*), music, serta pertunjukan (Dikutip dari: <https://www.liputan6.com/hot/read/4328206/5-fungsi-televisi-dan-jenis-jenis-programnya-tak-hanya-hiburan-pada-1-Agustus-2023>).

Gambar 1.2



Hasil Survey Indeks Kualitas Program

Sumber: [kpi.go.id](http://kpi.go.id) (2015)

Gambar 1.2 menjelaskan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menetapkan

standar kualitas program televisi adalah 4,0 (berkualitas), dengan skala 1 hingga 5. Program acara disebut berkualitas, jika nilai skor indeksnya minimal 4,0. Survei periode ini memperlihatkan, nilai indeks kualitas program acara secara keseluruhan adalah 3,25. Angka ini memperlihatkan, secara umum kualitas program acara televisi masih di bawah standar kualitas dari KPI. Angka indeks 3,25 tersebut adalah angka rata-rata dari seluruh program acara televisi. Tidak semua program acara televisi dinilai tidak berkualitas oleh pemirsa televisi. Program acara televisi yang dinilai berkualitas ( indeks di atas 4) pada tahun 2015 adalah religi dan wisata/ budaya sesuai dengan hasil survei yang ada di gambar 1.2 diatas.

Koordinator LITBANG KPI Pusat, Andi Andrianto mengatakan jika melihat perbandingan riset 2017 sampai 2021, nilai indeks kualitas program wisata budaya konsisten memperoleh nilai berkualitas. Hal ini menunjukkan tidak selalu program budaya itu membosankan dibanding program *reality show* atau program *infotainment* maupun sinetron-sinetron TV lainnya (Wilda, 2021).

Program acara wisata budaya pada tahun 2016 pernah menduduki angka indeks tertinggi dibanding program tv lainnya, hasil survei kualitas program siaran TV yang dilihat dari KPI dan ISKI, program acara wisata budaya meningkat menjadi nomer satu. Program wisata pernah menduduki angka indeks tertinggi dibanding program TV lainnya (ditpolkom.bappenas, 2016).

Beragam jenis acara TV yang disajikan di dunia pertelevisian di Indonesia membuat kami memutuskan untuk memilih jenis program budaya sebagai *output* untuk mata kuliah Produksi Siaran TV.

Program berjudul KULTEEV diambil dari kepanjangan kata kultur dan informatif. Hal yang ingin kami angkat dan sajikan dalam program ini adalah kultur atau budaya yang ada di Indonesia dengan penjelasan yang informatif untuk menambah pengetahuan penonton dalam hal kebudayaan yang begitu kaya yang dimiliki oleh Indonesia.

Berdasarkan hasil survei kualitas program siaran TV yang dilihat dari KPI dan ISKI pada tahun 2016 lalu menunjukkan hasil indeks program siaran TV sebagai berikut:

Tabel 1.2 Indeks Acara Televisi 2016

Program Acara Televisi	Angka Indeks
Wisata Budaya	4.22
Religi	3.70
Anak-Anak	3.62
Berita	3.44
Talkshow	3.27
Varietyshow	3.06
Komedi	3.27
Sinetron	3.75
Infotainment	2.71

Program acara televisi ragam indonesia ini telah sukses dalam mengangkat dan mempromosikan kekayaan budaya Indonesia melalui penghargaan kategori feature budaya terbaik televisi dalam anugerah gemilang penyiaran 2018 (Dikutip dari: <https://www.trans7.co.id/seven-updates/ragam-indonesia-kategori-program-feature-budaya-terbaik-televisi-dalam-anugerah-gemilang-penyiaran-2018-sumatera-selatan> pada 1 Agustus 2023). Ragam budaya merupakan program yang mengangkat cerita tentang ragam budaya, kuliner, pesona alam yang ada di Indonesia untuk mengenal, mencintai keberagaman Indonesia. Keberhasilan program acara televisi budaya seperti Ragam Indonesia pastinya didasarkan pada

kombinasi strategi produser yang cerdas, penekanan pada kualitas produksi yang tinggi, serta kemampuan untuk menjangkau dan menarik minat penonton.

Program wisata budaya yang mulai jarang berseliweran di acara TV di Indonesia, sempat menjadi tren menurut indeks survey yang dilihat dari KPI dan ISKI. Maka dari itu tim kami memutuskan untuk memproduksi sebuah program acara TV *feature* yang bertemakan budaya di Indonesia.

Keunikan dari program acara TV yang diproduksi oleh tim dan penulis adalah membuat karya atau program TV yang bukan hanya mencari dan menciptakan sebuah karya atau program TV, melainkan kami juga mengulik informasi dan ilmu seputar budaya yang tersebar di Indonesia, terutama dalam episode satu kami membahas dunia batik di kota Klaten dengan dipandu seorang *host* yang juga mewawancarai narasumber dan praktek pembuatan gerabah batik dengan ahlinya secara langsung.

Berdasarkan pengamatan peneliti yang dilakukan melalui studi literatur, terdapat salah satu program acara televisi yaitu "The Newsroom" yang disiarkan oleh NET TV tidak berhasil meningkatkan popularitasnya sesuai dengan yang diharapkan. Meskipun tim produksi dan produser "The Newsroom" telah merancang strategi dengan cermat dan sesuai dengan prinsip yang diuraikan oleh Peter Pringle dalam Morissan, namun hasil penilaian acara tersebut masih jauh dari target yang diinginkan. Bukti atas hal ini dapat ditemukan dalam data peringkat acara yang dirilis oleh Divisi Programming NET TV. Sejak November 2018 hingga Mei 2019, program ini hanya berhasil mencapai peringkat tertinggi 0,5, dengan peringkat rata-rata hanya 0,4 (Indrajati & Ruliana, 2020).

Program televisi selanjutnya yang sempat mengalami naik turun *rating* adalah Redaksi CNN Indonesia Siang yang dikutip dari Hilanudin (2022). Selama periode bulan Juli, Agustus, dan September 2019, program Redaksi CNN Indonesia Siang mengalami fluktuasi minat penonton yang berbeda tiap bulannya. Pada bulan Juli 2019, Redaksi CNN Indonesia Siang mencatat rata-rata *rating* sebesar 0,8% dan *share* 6,4%, serta jumlah penonton mencapai 375.653 individu. Pada bulan Agustus 2019, rata-rata *rating* dan *share* dari acara tersebut menurun menjadi 0,7% dan 6,0%, dengan jumlah penonton sekitar 333.629 orang. Meskipun demikian, kinerja

Redaksi CNN Indonesia Siang kembali membaik pada bulan September 2019, dengan rata-rata rating sebesar 0,8% dan share 7,1%, serta jumlah penonton mencapai 412.676 orang, yang merupakan angka tertinggi selama periode tersebut. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Produser dalam Upaya Meningkatkan Rating dan Share Program Redaksi CNN Indonesia Siang di Trans7, perencanaan liputan didasarkan pada riset yang intensif untuk memastikan bahwa topik yang diangkat sesuai dengan ciri khas dari program Redaksi CNN Indonesia Siang dan menarik bagi banyak pemirsa. Upaya promosi juga diterapkan dengan mengungkapkan sekelembut informasi mengenai konten "jalan yuk!" melalui akun resmi Instagram CNN Indonesia TV dan CNN Indonesia PR. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian penonton serta merangsang minat mereka, yang berkontribusi pada peningkatan peringkat tayangan dan bagian pasar.

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Merealisasikan konsep menjadi sebuah tayangan yang layak untuk dinikmati oleh penonton adalah hal krusial bagi para tim produksi untuk membuat *output* karya sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Maka dari itu berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini: Bagaimana proses kreatif DOP dalam pembuatan program acara TV "Kulteev" ?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih detail mengenai proses kreatif yang dilakukan seorang kru program acara TV yang bertugas sebagai DOP.

## **1.4. Manfaat**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian "Proses Kreatif DOP dalam Pembuatan Program TV "Kulteev"" adalah menjadi referensi untuk angkatan selanjutnya di program studi Ilmu Komunikasi dalam proses pembuatan karya yang sejenis.

Selain itu hasil dari penelitian ini juga bisa menjadi landasan untuk pembuatan program mahasiswa-mahasiswa Ilmu Komunikasi, dipelajari mulai dari alur hingga kendala dalam pembuatan sebuah program acara TV.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian "Proses Kreatif DOP dalam Pembuatan Program TV "Kulteev"" adalah menambah pengetahuan serta wawasan seputar budaya yang saat ini mulai jarang dilirik oleh generasi-generasi baru. Sehingga secara tidak langsung dengan adanya program acara TV bertema budaya membantu melestarikan dan mengenalkan ke budaya ke masyarakat luas yang belum atau asing dengan kebudayaan tertentu yang tersebar di pelosok negeri di Indonesia.

