

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

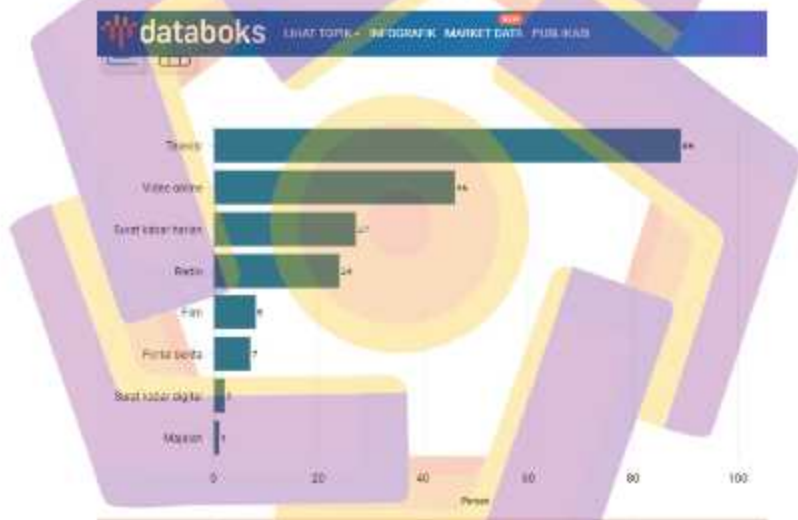
Teknologi media merupakan pembelajaran tentang bagaimana teknologi mempengaruhi dan berinteraksi dengan media, serta bagaimana media mempengaruhi masyarakat dan budaya. Media memiliki peran penting sebagai perantara menyebarkan informasi secara efektif kepada khalayak luas dengan tujuan agar mencapai audiens yang banyak dan beragam. Menurut McLuhan dalam Vardiansyah (2018) teori media klasik menjelaskan bahwa bentuk dan karakteristik media itu sendiri memiliki dampak yang lebih besar dari pada konten yang disampaikan. Ia juga membagi media menjadi dua jenis yang mempunyai karakteristik tertentu, yaitu media panas seperti buku dan radio dan media dingin seperti televisi dan radio. Berbagai macam perkembangan media terjadi dalam kehidupan masyarakat saat ini, sekarang tidak hanya media cetak dan elektronik saja yang digunakan masyarakat namun juga sudah ada bentuk-bentuk media baru yang membuat persaingan begitu ketat antar media. Hal tersebut mengharuskan beberapa media harus terus berinovasi dan mempertahankan pasarnya agar eksistensinya tetap diakui.

Televisi adalah salah satu media yang masih eksis di era digital ini, menurut Winston utomo founder atau CEO IDN Media menjelaskan bahwa media digital masih jauh dari untuk bisa menggeser atau menggantikan posisi puncak yang saat ini dipegang televisi (Helmi, 2020). 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 ditunjukkan sesuai dengan minat dan selera masyarakat. Pada data yang ada pada (Lidwina, 2020) menjelaskan bahwa pada tahun 2019 televisi menjadi media yang paling banyak di konsumsi oleh milenial di Indonesia.

Gambar 1.0.1



Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia

Sumber: Databoks (2020)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi milenial, yakni sebesar 89%. Lalu video online seperti youtube, Instagram, menempati peringkat berikutnya, dengan 46%. Lalu surat kabar 27%, radio 24%, film 8%, portal berita 7%, surat kabar digital 2% dan majalah 1%.

Kesuksesan stasiun televisi terletak pada program-program acara televisi yang ditayangkan. Setiap program acara akan diukur berdasarkan data rating yang diperoleh dari Nielsen. Nielsen menggunakan perangkat khusus yang disebut "*people meter*" untuk mengukur rating dari 2.273 rumah tangga di 11 kota besar di Indonesia. Mengutip data dari Nielsen dalam Indrajati & Ruliana (2018), konten program yang paling banyak ditonton dan mendapatkan rating tinggi adalah yang mencapai angka 2,3, atau ditonton oleh 1,2 juta penonton di atas usia 5 tahun di 10 kota besar di Indonesia. Rating tinggi membawa manfaat bagi stasiun televisi karena menarik iklan dengan pendapatan yang besar. Oleh karena itu, pemilik stasiun televisi perlu memperhitungkan peringkat acara atau rating sebagai indikator minat masyarakat terhadap suatu acara. Rating menjadi parameter penting dalam mengelola jadwal siaran mereka.

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 keratifitass 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 ditayangkan 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-televise-dan-jenis-jenis-programnya-tak-hanya-hiburan> pada 1 Agustus 2023).

Program acara televisi wisata budaya merupakan jenis program yang masih banyak digemari pada saat ini, program acara ini menggali dan menghadirkan berbagai aspek budaya dari suatu tempat atau komunitas tertentu. Program-program ini biasanya melakukan perjalanan ke berbagai lokasi dan menyoroti kekayaan budaya, tradisi, seni, makanan, dan gaya hidup unik dari daerah yang mereka jelajahi.

Berdasarkan hasil survei indeks kualitas program siaran televisi yang dilihat dari jurnal pada laman web KPI kpi.go.id pada tahun 2015 program budaya wisata termasuk program acara televisi yang berkualitas dan banyak diminati nomer dua setelah program religi (KPI, 2015).

Gambar 1.0.2

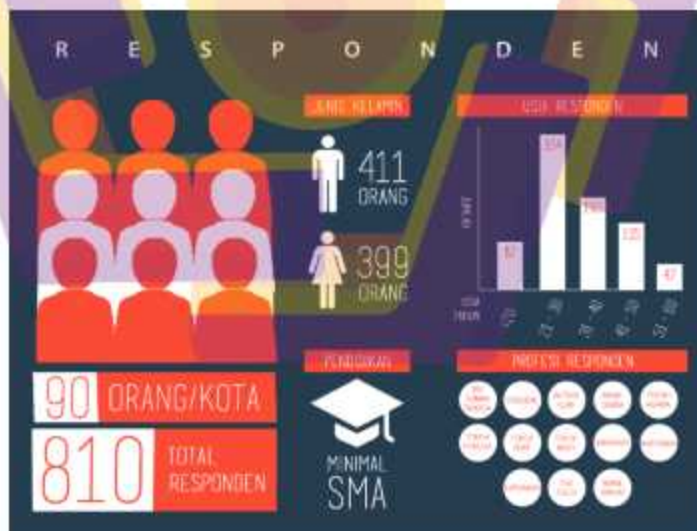


Hasil Survei Indeks Kualitas Program

Sumber: KPI (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 ata budaya sesuai dengan hasil survei yang ada di gambar 1.2 diatas. Hasil penelitian survei ini dilakukan oleh beberapa responden yaitu para pemirsa ahli yang dipandang mengetahui program siaran televisi. hasil ini dapat di lihat pada gambar 1.3 yang ada dibawah ini:

Gambar 1.3



Hasil survei indeks kualitas program

Sumber : kpi.go.id (2015)

Hasil pada gambar 1.3 menjelaskan bahwa ada 810 orang dari 90 kota yang menjadi responden dalam penelitian yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia pada tahun 2015 ini, jenis kelamin di dominasi oleh 411 laki-laki dan 399 perempuan, usia responden paling banyak adalah umur 21 sampai 30 dengan 354, lalu 31 sampai 40 dengan 192, lalu diikuti usia 41 sampai 50 dengan 135, usia kurang dari 20 dengan 87 dan 51 sampai 60 adalah 42. Beberapa profesi responden ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan, dan lain lain. 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).

Table 1.0.1 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

Sumber : Ditpolkom Bapennas (2016)

Salah satu keberhasilan program acara televisi juga dapat dilihat dari strategi dan peran usaha yang dilakukan oleh produser. Produser merupakan seseorang yang bertanggung jawab untuk memproduksi suatu karya atau acara salah satunya yaitu acara televisi (Khasabu, 2008). Sesuai dengan pernyataan Morissan dalam Murtiadi (2019), produser merupakan individu yang memiliki tugas untuk mengubah atau menciptakan ide atau gagasan kreatif menjadi konsep yang praktis dan dapat diterima oleh khalayak luas. Gagasan atau ide kreatif tersebut selanjutnya akan dituangkan dalam sebuah *rundown sheet* yang akan dijadikan panduan oleh pengarah acara selama produksi berlangsung (Wibowo, 2007). Sebagai pemilik ide atau gagasan tersebut, maka produser pulalah yang menentukan siapa orang yang akan menjadi tokoh dalam produksinya. Produser memiliki peran penting dalam setiap tahap produksi dari pra produksi hingga pasca produksi. Beberapa tugas produser antara lain adalah merencanakan konsep, lokasi syuting, merencanakan anggaran, mengola waktu dan sumber daya, serta menangani masalah yang muncul selama produksi.

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. Dengan

pendekatan yang tepat, program-program budaya ini dapat menjadi sarana penting untuk mempromosikan dan melestarikan kekayaan budaya Indonesia. Program "Indonesia Bagus" juga berhasil dan mendapatkan beberapa penghargaan karena peran dan strategi produsernya. Program ini adalah acara televisi yang menyoroti keindahan dan kekayaan budaya Indonesia melalui segmen-segmen yang menampilkan destinasi wisata, seni tradisional, musik, tarian, kuliner, dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

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, diperoleh kesimpulan bahwa produser menjalankan tindakan yang sangat berhati-

hati dan cerdas dalam memilih konten yang akan dipresentasikan. Selain itu, 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 sekecil 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.

Dari kedua penelitian yang dilakukan terkait program televisi yang mengalami kegagalan dan berhasil memperbaiki susunan acaranya menjadi lebih baik, peran produser sangat dibutuhkan dalam program siaran televisi, untuk memproduksi program acara televisi yang berkualitas diperlukan peran produser yang bekerja atau menguasai ilmu produksi siaran televisi. Produser bertanggung jawab penuh tentang jalannya sebuah produksi dan keberhasilan sebuah program siaran televisi. Riset pasar, perumusan konten berupa naskah dan unsur film lainnya serta berperan untuk melebarkan strategi promosi untuk memasarkan program acara kepada khalayak luas.

"KULTEEV" merupakan program siaran televisi yang memiliki tujuan menginformasikan, memberi hiburan dan mengedukasi tentang keragaman dan keunikan serta pesona budaya alam di Indonesia, dengan adanya program acara televisi ini, keberagaman budaya di Indonesia dapat dilihat sebagai sebuah kekuatan, yakni jika suatu budaya dilestarikan, tentu akan mensejahterakan masyarakatnya. Didalam program acara ini terdapat informasi mendalam tentang sebuah seni kebudayaan tentang batik dan wisata alam yang berasal dari wilayah barat di Kabupaten Klaten. Alasan peneliti memilih segmen khusus pada wilayah Klaten disebabkan oleh adanya keunikan pada salah satu daerahnya yaitu Desa Jarum, Bayat. Desa ini terkenal sebagai penghasil kain batik tulis dari bahan alami, dan hanya perempuan yang memiliki izin untuk membatik. Menurut salah satu warga setempat, hal ini karena perempuan memiliki keterampilan dan ketelitian yang lebih baik dalam bekerja.

Peneliti tertarik untuk menjadi produser dalam acara KULTEEV disebabkan oleh adanya penurunan program wisata budaya mulai dari tahun 2015 dengan indeks 4,09 hingga tahun 2021 di angka 3,44. Acara KULTEEV diharapkan dapat membantu mempromosikan dan menyebarluaskan potensi kebudayaan di Desa Jarum, Bayat, Klaten. Selain itu, peneliti ingin menerapkan ilmu yang dipelajari selama kuliah tentang proses pra produksi hingga pasca produksi sebuah film seperti mengembangkan gagasan kreatif bagaimana program KULTEEV ini akan disusun untuk dapat menarik minat penonton, kemudian mempersiapkan rancangan anggaran, memilih tim kreatif yang akan terlibat, melakukan koordinasi, produksi dan promosi film, hingga tahapan terakhir yaitu evaluasi bersama para pihak yang terlibat. KULTEEV merupakan konten yang berbentuk dokumenter yang mana peneliti juga tertarik mengeksplorasi pengemasan produksi ini agar setiap adegannya dapat menyoroti keindahan alam namun tidak terlepas dari cerita masyarakat yang tinggal di daerah tersebut.

Sesuai dengan tanggungjawab dan pembagian jobdesk bagi seorang produser menurut Suhartawan (2018) seorang produser adalah pemimpin untuk masing-masing program acaranya, pada setiap program acara produser bekerjasama dengan staf produksi di setiap tahapan produksi. Untuk memproduksi program budaya KULTEEV ini diperlukan peran dan strategi produser dalam setiap tahap pra produksi hingga pasca produksi. Dari fenomena dan latar belakang di atas maka penulis bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul "PERAN PRODUSER DALAM PEMBUATAN PROGRAM ACARA TELEVISI "KULTEEV".

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Permasalahan

Fokus cerita pada program acara televisi yang berjudul "Kulteev" ini adalah menceritakan wisata budaya yang ada di daerah bayat dan bagaimana masyarakat disana mengelola dan tetap melestarikan budayanya terutama pada kebudayaan batik. Program wisata budaya saat ini mulai redup, meskipun pada latar belakang diatas program budaya masih mencapai indeks kualitas produk pada 2015 sampai 2021, namun program wisata budaya pada tahun 2021 mulai menurun dari 2015 dengan indeks 4,09 dan

2021 3,44 (Adarningtyas Natisha,2022). Hal ini mengakibatkan wisatawan di Indonesia menurun. Sehingga dari paparan ini mulainya penulis terinspirasi membuat program wisata budaya agar dapat mengangkat kualitas program wisata budaya. Produser memegang peranan yang sangat penting dalam proses produksi program acara televisi ini karena keberhasilan program acara ini televisi ini sangat berpengaruh oleh keberhasilan produser dalam menjalankan tugasnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang dan fokus permasalahan di atas maka penulis bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran produser dalam pembuatan program acara televisi “KULTEEV”?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penciptaan karya yang berjudul “Kulteev” ini adalah mendeskripsikan peran produser dalam proses produksi siaran televisi pada program acara televisi “Kulteev”

1.4 Manfaat

Pada bagian ini mahasiswa menjelaskan dua manfaat pada skripsi karyanya, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berguna untuk memahami peran produser dalam proses produksi siaran televisi “kulteev” serta untuk menjadi tambahan ilmu terkait dan wawasan terkait peran produser dalam pembuatan program siaran televisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam memproduksi program documenter “KULTEEV”, kami belajar tentang berbagai topik yang menjadi subjek dalam program ini. Proses riset dan pembuatan naskah sangat membantu untuk memahami secara lebih mendalam tentang budaya yang ada di desa bayat yang kami dokumentasikan.

Memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang wisata bayat melalui sebuah video dokumenter dan memberikan manfaat bagi

masyarakat luas terutama desa wisata untuk dapat memanfaatkan video dokumenter sebagai media promosi.

