

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. LATAR BELAKANG PENCIPTAAN KARYA

Tayangan televisi memiliki dua format acara yang dibuat, drama yang berisi *opera*, *musical*, *reality show*, dan non-drama yang berisi *infotainment*, *sportainment*, serta berita atau *news* yang berisi *feature* (Mabruri, 2018). Tayangan non-drama yang ada pada siaran televisi salah satunya yaitu program *talkshow*. Morissan (2008) menyebutkan bahwa pada dasarnya *talkshow* merupakan sebuah program siaran informasi yang dikemas dengan konsep perbincangan, dipandu oleh *host* atau pembawa acara dengan mengangkat kegiatan wawancara bersama *public figure* ataupun narasumber sesuai dengan konsep yang dibawakan. *Talkshow* sendiri merupakan format program yang dikemas dengan lebih santai tanpa terpatok dengan naskah dan gerakan yang signifikan untuk mengikuti apa yang sudah disiapkan dalam tayangan.

Program *talkshow* seiring perkembangannya secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu kategori *light entertainment* atau hiburan ringan yang mengutamakan unsur hiburan serta menghadirkan narasumber atau selebritis untuk membahas kelebihan, kontroversi, permasalahan, dan membahas tentang hal yang dimiliki oleh narasumber tersebut. *Serious discussion* berfokus pada sebuah topik atau isu khusus yang sedang ramai diperbincangkan, seperti bidang politik, ekonomi, hukum, sosial, serta seorang individu yang sedang menjadi incaran berita, atau seseorang yang sedang mengalami masalah berat tertentu (Latief & Utud, 2017).

Tayangan *talkshow* sangat beragam, dimana program ini diproduksi dengan isi dan konten yang memiliki *value* untuk meningkatkan sebuah tayangan menarik serta inspiratif kepada audiens. Pada program siaran televisi lokal RBTV (Reksa Birama Televisi)

menyajikan konten siaran tidak hanya menghibur namun juga memberikan tayangan edukatif yaitu pada program *Talkcation*. Siaran lokal RBTV menasar target audiens masyarakat wilayah Yogyakarta dan beberapa kota di wilayah Jawa Tengah. Jangkauan siaran lokal sampai di beberapa titik saja di sekitar radius jangkauan, maka dari itu, audiens yang ingin dijangkau kurang luas, dan cenderung hanya di sekitar pusat pemancar televisi itu berada (Morissan, 2008). Radius jangkauan siaran lokal yang hanya menasar sekitar pusat pemancar ini menguntungkan kreator program dalam menyusun konsep tayangan, dimana kreator lebih bisa memadukan berbagai unsur yang ada di daerah-daerah untuk menjadi sebuah tayangan.

Program siaran *Talkcation* sudah diproduksi sejak tahun 2019, merupakan sebuah akronim dari kata *talking education for action* sebuah tayangan *talkshow* edukasi yang menghadirkan narasumber tentang industri kreatif dengan pembahasan yang tidak berat dan kaku, serta lebih mudah diterima masyarakat serta audiens utama anak muda (Aziza, 2024). *Talkcation* merupakan sebuah kolaborasi antara instansi akademis dan industri, yaitu Ilmu Komunikasi Amikom dan Rekya Birama Televisi (RBTV), yang tergabung dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) diharapkan dari kolaborasi ini dapat menghasilkan sebuah karya yang memenuhi kebutuhan industri dan kebutuhan masyarakat. *Talkcation* sudah menghasilkan 6 *batch* dengan hasil yang berbeda-beda konsep setiap *batch*, keragaman yang dihasilkan menjadikan konsep dan hasil cerita unik pada setiap tayangan. (Ajibulloh, wawancara, 2024).

*Talkcation batch 6* diproduksi dengan total 8 episode, serta tayang setiap hari Selasa pukul 09.30 - 10.00 WIB di RBTV Jogja. *Batch 6 Talkcation* menyajikan tayangan yang berbeda dan terjadi pembaruan konsep, dimana pada periode ini *Talkcation* mengangkat keunikan daerah khususnya potensi lokal khususnya yang ada di Yogyakarta untuk diangkat menjadi program tayangan yang menarik untuk dinikmati

masyarakat. Berbeda dengan *batch* sebelumnya, *Talkcation batch 6* tidak terkonsep di dalam studio, produksi *talkshow* langsung menasar tempat atau lokasi narasumber, dimana harapannya dengan tayangan baru ini menjadikan *footage* tayangan yang ditampilkan tidak monoton, serta lebih nyata saat ditonton oleh audiens (Ajibulloh, wawancara, 2024).

Pada *batch 6*, *Talkcation* mengangkat tema industri kreatif dengan identik daerah, terutama pada lingkup Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan tema ini berdasar pada arti utama dari industri kreatif yaitu industri yang mengandalkan kreativitas individu, keterampilan, serta talenta seseorang untuk meningkatkan taraf hidup, dan meningkatkan kesejahteraan (Mudrajad, 2008). Tema industri kreatif yang diangkat pada tayangan *Talkcation batch 6* tersebut menampilkan apa saja yang dimiliki narasumber, inovasi serta potensi-potensi baru yang dapat diterima dan dinikmati oleh audiens.

Tayangan *Talkcation batch 6* selain menyajikan potensi daerah yang unik dan menarik dalam dunia industri, namun pada setiap episodenya juga menampilkan susunan segmen yang berbeda pula dengan *batch* sebelumnya. Perbedaan segmen ini terlihat dalam *opening* episode, pembukaan *host* menampilkan *gimmick* yang dilakukan dengan menjurus pada permasalahan narasumber dan merupakan *bridging* awal tentang gambaran episodenya. *Gimmick* sejatinya merupakan sebuah adegan kreatif di dalam tayangan untuk membangun suasana menjadi lebih santai dan menarik perhatian audiens, melalui trik-trik yang digunakan biasanya dalam bentuk *sound effect*, *suspense*, mimik, akting, dan pembawaan dari *host* (Mabruri, 2018).

Program siaran televisi yang diproduksi ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama mencakup fungsi vital pada media penyiaran, yaitu teknik, program, dan pemasaran (Morissan, 2008). Pada proses penyusunan program tayangan *Talkcation batch 6*, penulis berperan sebagai tim kreatif dengan pembagian tiga waktu pengerjaan yang dimulai dari pra hingga pasca produksi. Pra-produksi

merupakan awal mula penentuan ide cerita, konsep, dan susunan kru yang akan bertugas. Produksi, pada proses ini kegiatan yang dilaksanakan yaitu eksekusi program, dimana tim melaksanakan kegiatan produksi program acara yang sudah disusun sebelumnya. Terakhir pasca-produksi, dimana ini merupakan tahapan akhir dari manajemen penyiaran program televisi yaitu melakukan editing dan evaluasi program (Mabruri, 2018).

Proses kreatif ini berkaitan erat dengan keberadaan serta keberlangsungan program yang akan ditayangkan. Program tayangan yang menarik membuat audiens lebih bisa mencerna apa yang mereka butuhkan, baik informasi maupun hiburan. Penciptaan unsur kreatif pada tayangan program khususnya non-drama memiliki tujuan untuk mengelola materi program yang sudah tersedia agar menjadi lebih unik, menarik, dan berbeda dari lainnya. Proses kreatif ini dipadukan dengan berbagai unsur yang ada dalam tayangan, supaya pada sebuah tayangan program dapat memberikan sajian yang berupa informasi, hiburan, nilai etika dan moral, serta tayangan yang menarik dan dapat dinikmati oleh audiens. Proses kreatif dimana digambarkan sebagai kreativitas bergerak dan digerakkan. Bergerak artinya kreativitas tidak pernah diam di satu tempat, melainkan selalu bergerak dan beradaptasi dengan lingkungannya. Selain itu, kreativitas dapat digerakkan dan seorang kreator juga dapat mengembangkan kreativitas ini (Latief & Utud, 2017).

Dalam melakukannya, kreativitas tersebut harus berani mengubah, menambah, mengganti, dan menciptakan sesuatu yang baru, baik dari apa yang sudah ada maupun yang belum ada. Hal inilah yang mendasari kemampuan manusia untuk berkreasi dalam program televisi, dan kreativitas dapat mempengaruhi tujuan kreator televisi dalam menyajikan sajian menarik yang memikat pemirsa khususnya *talkshow*. Format program yang mengalami transformasi secara kreatif ini berkaitan erat dengan unsur perubahan, penciptaan, peniruan dan pengembangan program siaran. Sajian sebuah tayangan yang dirancang oleh seorang kreator program harus memperhatikan unsur kreatif yang ada, hal ini

perlu diperhatikan guna menambah eksplorasi tentang pengembangan ide cerita yang akan dibawakan dimana transformasi yang ditemukan dapat melalui tujuan penemuan solusi yang inovatif agar menjadikan sebuah program baru yang berbeda (Fachruddin, 2015).

Unsur kreatif lain yang menjadi tujuan atau target program, meliputi tujuan program, target penonton, kekuatan program, dan jam tayang yang akan dirancang menjadi sebuah program tayangan. Tujuan program mendasari kemana arah program tersebut akan dibawa, dan dari tujuan yang sudah jelas alurnya, maka akan memunculkan ide-ide kreatif baru yang akan dikembangkan menjadi program tayangan. Target penonton juga termasuk dalam eksplorasi pengembangan dasar program, dimana ide kreatif yang dikembangkan akan disesuaikan dengan target audiens yang akan dituju, hal ini disesuaikan dengan unsur demografi, geografi, dan psikologi pada target segmentasi tayangan. Setelah mengetahui tujuan dan target penonton, penentuan jam tayang harus disesuaikan juga dengan unsur yang sudah dirumuskan, dimana jam tayang ini akan mempengaruhi eksistensi tayangan untuk dinikmati oleh audiens, jam tayang ini dapat disesuaikan dengan segmentasi yang akan dituju. Kekuatan merupakan unsur terakhir dalam eksplorasi pengembangan ide kreatif, kekuatan ini memperlihatkan bagaimana program itu dapat memberikan tayangan yang menarik, serta menonjolkan sesuatu yang dapat dinikmati audiens dengan kesan *up to date* serta memiliki keunikan dibandingkan dengan tayangan lain yang serupa (Latief & Utud, 2017).

Dalam penelitian ini, penulis mengambil objek pada tayangan *Talkcation batch 6* dengan membahas tentang unsur kreatif yang ada pada tayangan program serta penggunaan teknik tangga dramatik untuk menciptakan alur cerita yang runtut. Penambahan unsur kreatif yang ada pada tayangan ini membuat inovasi baru pada tayangan program televisi dan menjadi alasan utama peneliti untuk mengambil sampel pada tayangan ini. Penerapan tangga dramatik juga memberikan susunan alur

yang runtut dalam sebuah cerita. Unsur tiga babak merupakan suatu sebuah pondasi utama dalam menentukan jalannya skenario yang dibuat. Pondasi ini sangat penting karena menentukan rincian mulai dari pembuka atau *gimmick*, isi atau konflik, dan klimaks atau penyelesaian masalah. Tangga dramatik ini juga dapat mempengaruhi perubahan fakta-fakta, dan diharap tidak berdiam terlalu lama pada sebuah situasi (Mabruri, 2018).

Tangga dramatik yang disusun dengan tiga babak merupakan struktur yang sering digunakan dalam analisis skenario, karena menggambarkan aspek mendasar analisis sebuah cerita, yaitu bahwa setiap cerita memiliki pembukaan, isi, dan penutup (Pratista, 2008). Pengembangan ide melalui struktur tiga babak mempengaruhi runtutan isi pada setiap segmen yang dibuat, supaya audiens lebih terarah dalam melihat dan menerima informasi yang disampaikan dalam tayangan *talkshow*.

## **1.2. MANFAAT PENCIPTAAN KARYA**

### **1.2.1 MANFAAT AKADEMIS**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pembelajaran dalam penyusunan naskah pada proses produksi program *talkshow* dan pengembangan ide kreatif dalam program siaran khususnya siaran *talkshow Talkcation* itu sendiri.

### **1.2.2 MANFAAT PRAKTIS**

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu kepada mahasiswa yang ingin melanjutkan penelitian terhadap pengembangan ide seorang penulis naskah dan tim kreatif pada program siaran televisi.
- Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat terkhusus kepada penulis, tentang bagaimana sistematika penyusunan, dan bagaimana penelitian ini dikembangkan. Penelitian ini juga

diharapkan bisa menjadi tolak ukur pengembangan ide dalam sebuah penyusunan program siaran.

- Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan baru kepada masyarakat umum secara luas, tentang bagaimana pengembangan ide dalam siaran televisi, serta konsep yang ada dalam penyampaian informasi pada siaran program *talkshow*.

