

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya peradaban manusia, teknologi akan terus bergerak dinamis dan menjangkau segala lapisan kehidupan. Rasa ingin tahu dan upaya untuk memudahkan aktivitas ringan hingga berat menjadi dasar bagaimana penemuan dan teknologi akan senantiasa bermunculan dan terus bertransformasi. Inovasi yang dihadirkan saat ini telah menempatkan manusia kepada dunia yang rasanya hampir serba digital. Begitupun dengan televisi yang kini telah bertransformasi menjadi media digital, tidak hanya dapat disaksikan melalui perangkat televisi yang jangkauan jaraknya terbatas, kini banyak stasiun televisi membuka akses tayangannya pada layanan *streaming online* tanpa batasan tempat dan waktu (McQuail, 2010).

Perkembangan televisi dari era demi era sejak penemuannya, melibatkan banyak pihak, baik para penemu, inovator, perseorangan, maupun dunia industrinya. Televisi merupakan karya massa dari penemuan dasar, hukum gelombang elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday pada tahun 1831, yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik di tahun 1876. Sedangkan untuk hak paten televisi telah berlaku sejak tahun 1923. Hingga saat ini, televisi menjadi salah satu media elektronik yang paling eksis dan diminati banyak orang di dunia. Televisi sebagai media massa dapat menyebarkan informasi secara massal dan menyeluruh. Oleh sebab itu, televisi sebagai perkembangan teknologi media massa terus diyakini masyarakat dunia sebagai sumber informasi pesan yang jelas dan mudah dimengerti. Hal ini membuat banyak orang menghabiskan lebih banyak waktunya untuk menonton televisi. Dengan harga yang terjangkau, menjadikan televisi menjadi media yang merakyat. Sehingga, hal ini pula yang menyebabkan televisi masih memiliki eksistensi sampai saat ini, terkhusus di Indonesia (Bungin, 2006).

PT. Yogyakarta Tugu Televisi (Jogja TV) menjadi pioner industri pertelevisian swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jogja TV merupakan

stasiun televisi swasta pertama di Yogyakarta, yang diresmikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X pada 17 September 2004. Mengusung 3 pilar utama yaitu pendidikan, budaya, dan pariwisata, diharapkan Jogja TV mampu memberikan informasi berbasis hiburan dan berperan dalam kontrol sosial terhadap masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Mengikuti anjuran pemerintah terkait televisi digital yang menggantikan televisi analog, Jogja TV kini dapat diakses melalui televisi digital pada saluran 35 UHF dengan *coverage area* meliputi seluruh kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta, Banjarnegara, Kebumen, Purworejo, Wonosobo, Temanggung, Magelang, Klaten, Boyolali, Surakarta, Sukoharjo, Sragen, dan Wonogiri. Selain kota-kota yang telah disebutkan, siaran Jogja TV saat ini dapat pula dinikmati melalui *live streaming* pada website www.jogjatv.tv tanpa adanya batasan cakupan wilayah siar. Beberapa program acara unggulan diantaranya, Langenswara, Ceria Anak, Seputar Jogja, Bincang Hari Ini, dan Kopi Joss (Safii, 2015).

Sebagai media lokal, Jogja TV menghadirkan berbagai program yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat. Salah satu program unggulan yang dimiliki adalah program Kopi Joss, yaitu sebuah program talkshow yang mengusung konsep santai dengan nuansa khas budaya lokal Yogyakarta. Program ini memadukan unsur hiburan dan informasi melalui diskusi ringan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga mampu menarik perhatian audiens. Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap program talkshow dengan konsep santai menunjukkan adanya perubahan preferensi audiens terhadap konten media. Audiens cenderung menyukai program yang komunikatif, interaktif, serta dekat dengan realitas sosial mereka. Program Kopi Joss menjadi salah satu contoh program yang mampu menjawab kebutuhan tersebut dengan menghadirkan topik aktual, narasumber yang relevan, serta pendekatan komunikasi yang tidak kaku

Kopi Joss merupakan program acara *talkshow*, program ini tidak tayang setiap hari, melainkan pada hari-hari tertentu dengan jadwal yang bervariasi tergantung tema dan informannya. Membawa konsep nuansa obrolan di

Angkringan Kopi Joss yang dekat dengan ciri khas Yogyakarta, dengan talent yang memerankan peran diantaranya Aldo Iwak Kebo sebagai Pak RT, Dibyo Primus sebagai Pak RW, Dimas Tedjo sebagai Pemilik Warung, Yanti Iyosheva sebagai Ibu Penitip Jajan, Atma Mahatma dan Dewi Olala sebagai Pemuda/Pemudi setempat, dan bintang tamu sebagai Pelanggan. Pada produksi acara Kopi Joss tentu melibatkan divisi terkait seperti produser, asisten produser, kameramen, penata suara, penata cahaya, talent dan bintang tamu, serta koordinasi dengan ruang kendali siar. Untuk menyelaraskan visi dan arahan produksi yang dipimpin seorang produser, fungsi peran tersebut dibantu oleh asisten produser. Memastikan semua talent dan bintang tamu dapat hadir sesuai waktu yang ditentukan, melakukan pengarahannya terhadap garis besar acara kepada seluruh crew, talent, dan bintang tamu, merupakan sekian dari diantara peran produser dan asisten produser yang saling mengisi satu sama lain.

Respons positif masyarakat terhadap program Kopi Joss di Jogja TV umumnya berakar pada relevansi konten yang membahas isu-isu terkini, kebijakan dan permasalahan lokal yang langsung menyentuh kehidupan masyarakat. Program ini juga menghadirkan informan yang relevan (pejabat, akademisi, tokoh masyarakat), yang membuat penonton merasa mendapatkan informasi yang terpercaya dan langsung dari sumbernya. Secara tidak langsung, program ini dapat menjadi wadah komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah daerah atau pemangku kepentingan, yang dirasakan positif oleh penonton. Program Kopi Joss juga sering kali mendapatkan nominasi/memenangkan penghargaan yang diberikan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (KPID DIY) salah satunya episode yang memenangkan nominasi tersebut adalah tayangan yang berjudul "Fenomena di Masyarakat Menjelang Pemilu dan Pilkada Serentak Tahun 2024". Prestasi ini yang membuat program acara Kopi Joss sebagai program *variety show* unggulan Jogja TV yang dicintai dan diakui oleh masyarakat dan lembaga penyiaran di DIY karena kemampuannya menyuguhkan *talkshow* yang informatif, menghibur, dan relevan dengan isu-isu lokal.

Kesuksesan program Kopi Joss tidak lepas dari peran komunikasi organisasi yang menjadi vital dalam kelancaran proses produksi. Seorang produser dalam hal ini sebagai atasan, di dalam proses produksi program acara televisi dituntut tidak hanya memberikan perintah kerja atau tugas kepada divisi lainnya. Tetapi juga harus mendengarkan dan menerima masukan serta keluhan dari *crew*, serta turut menawarkan solusi untuk memecahkan persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan. Sehingga dapat tercipta suasana komunikasi yang harmonis dan proses komunikasi yang cepat, tepat, dan efektif. Dengan adanya komunikasi yang efektif tersebut para divisi terkait akan merasa kinerja mereka dihargai, kedua belah pihak dapat merasa puas dan nyaman dengan informasi, media, dan hubungan-hubungan dalam organisasi.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut pada PT. Yogyakarta Tugu Televisi (Jogja TV) dengan Judul Analisis Komunikasi Organisasi pada Divisi Asisten Produser dalam Mengoptimalkan Program Acara Kopi Joss di Jogja TV. Untuk menghindari pembahasan yang meluas, maka fokus pada penelitian ini adalah Komunikasi Organisasi pada Divisi Asisten Produser. Dengan memfokuskan penelitian, peneliti dapat menggali lebih dalam kinerja, hambatan, dan solusi komunikasi yang spesifik dan berdampak tinggi pada inti operasional organisasi media/produksi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana proses komunikasi organisasi pada divisi asisten produser dalam mengoptimalkan program Acara Kopi Joss di Jogja TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan proses komunikasi organisasi pada divisi asisten produser dalam mengoptimalkan program acara Kopi Joss di Jogja TV.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun penyusunan tulisan ini dapat memberikan rujukan kajian pada masa mendatang terkait hal-hal yang berhubungan dengan pola komunikasi organisasi pada bidang terkait maupun suatu bidang studi yang bersangkutan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan gambaran umum terhadap koordinasi lintas divisi pada industri pertelevisian khususnya peran asisten produser dalam membantu keberlangsungan program acara televisi maupun produksi audio visual yang serupa.