

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta dengan kemajuan teknologi yang modern, kebutuhan akan informasi dalam kehidupan modern seperti saat ini sangat dibutuhkan. Karena manusia berkomunikasi dua arah secara langsung dengan berbagai fasilitas teknologi yang ada pada era globalisasi yang semakin canggih. Dalam memperoleh informasi pun saat ini manusia bisa memilih sendiri media mana yang menjadi sumber informasi, mulai dari surat kabar, majalah, televisi, radio dan internet.

Komunikasi ditunjukkan selain untuk memberikan informasi, juga bersifat menghibur dan mempengaruhi, salah satu media komunikasi adalah televisi. Televisi sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun berwarna. Kata “televisi” merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari Bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari Bahasa latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai “alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan”.

Televisi juga merupakan salah satu sarana untuk mendapatkan informasi dan juga sebagai hiburan. Banyak program hiburan yang disajikan oleh stasiun televisi

yang ada di Indonesia. Saat ini program yang sudah ada di dunia pertelevisian Indonesia adalah seperti Program *talkshow* Mata Najwa, *The Rooftop*, Rumah Uya, *Tonight Show*, dan yang lain-lain. Dalam suatu acara *talkshow* pasti memerlukan pembawa acara yang unik sehingga memberikan warna yang berbeda kepada para pemirsa.

Seorang pembawa acara sebaiknya memiliki penampilan yang baik, intelektual yang tinggi, humoris, memiliki ciri khas dan sebagainya. Bahkan seorang pembawa acara itu dapat menentukan kesuksesan program acara yang dibawakan. Di Indonesia banyak pembawa acara yang sukses dan memiliki ciri khas dan identitas dan *personality* yang bagus. Pembawa acara yang cukup sukses saat ini diantaranya adalah Andy F Noya, Mario Teguh, Vincent, Desta, Hesti, Deddy Corbuzier, Najwa, Andre Taulany, dan Sule. Merekalah pembawa acara yang cukup sukses karna pembawaan acaranya yang unik dan seru. Diantara banyaknya pembawa acara yang disebutkan, setiap pembawa acara memiliki *personality* yang berbeda dan kelebihan masing-masing. Kita dapat mengambil contoh pembawa acara pria yang memiliki karakter unik adalah Sule karna dengan dia membawakan acaranya dengan guyonan dia yang konyol dan selalu mengundang tawa para penonton. Syarat untuk menjadi pembawa acara yang sukses diantaranya penggunaan humor, bahasa tubuh, control suara dan nuansa karakteristik atau akting (Baskin 2009:155).

Program *talkshow* sekarang ini mulai ditambahkan unsur hiburan, karena masyarakat lebih suka perbincangan yang ringan, menghibur dan tidak menjadikan program itu berat untuk dinikmati. Program *talkshow* sudah mulai berkembang dan banyak digemari. Diantara sekian banyak, salah satunya adalah *Ini Talkshow* yang tayang di NET TV. NET TV merupakan singkatan dari *News and Entertainment Television*. NET TV adalah sebuah stasiun di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013.

Ada salah satu pembawa acara *Ini Talkshow* yang unik dan menghibur, dia adalah Entis Sutisna atau dengan nama panggungnya Sule. Sule memenuhi kriteria untuk menjadi pembawa acara sukses karna cara membawakan acaranya ringan dan selalu disertai lawakannya yang lucu dan mengundang tawa. Sule sebelumnya telah sukses membawa program acara komedi di salah satu media televisi grup Transmedia program acara Opera Van Java atau lebih di kenal OVJ. Setelah Berakhirnya OVJ, Sule membawakan acara yang terbarunya di NET TV yang berjudul *Ini Talkshow*.

Ini Talkshow adalah program *talkshow* yang dikemas dengan suasana santai, membahas isu-isu hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana. Di program ini juga akan memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut. Dengan peran Sule sebagai *Host*, Andre Taulany sebagai *Consultant-Host*, didukung oleh Yurike sebagai Mama Sule, Saswi Widjanarko sebagai Om Sule, Adul sebagai Satpam, dan Haji Bolot sebagai Pak RT.

Kehadiran *Ini Talkshow* NET TV membawa suasana baru dalam dunia pertelevisian di Indonesia, khususnya dalam bidang hiburan. Jenuhnya acara-acara TV

di Indonesia membuat acara Ini *Talkshow* NET TV menjadi acara baru yang disukai semua kalangan. Sekarang Ini *Talkshow* menjadi salah satu acara yang sedang digandrungi penonton Indonesia saat ini. Karena semua orang pasti tau sosok seorang Sule dengan gaya lawakan yang selalu unik dan bisa membuat penonton senang melihat candaan – candaannya. Acara Ini *Talkshow* juga dapat di saksikan setiap hari di NET TV. Di acara tersebut Sule tampil luar biasa karna berpenampilan dengan gaya rambutnya yang selalu baru di tampilkan setiap episodenya.

Penonton yang di rumah juga bisa mendapatkan hadiah dari kuis yang di sajikan NET TV ketika acara *live* sedang berlangsung. Penonton yang ingin ikut serta dalam acara tersebut bisa mengikuti di media sosial *twitter*. Penggunaan humor hampir kita temui selagi beliau membawakan acara. Dari sinilah peneliti tertarik dengan pembawa acara Entis Sutisna atau dengan nama panggungnya Sule.

Inilah yang dijadikan strategi dalam program tersebut. Dalam program ini tim kreatif mencoba untuk menawarkan *host* yang memiliki *personal branding* yang baik untuk membuat *talkshow* Ini *Talkshow* berbeda dengan yang lainnya. Menurut William Arruda (2009:8), penulis buku *Carrer Distinction : Stand Out by Building Your Brand* (2007) :

“*Personal branding* adalah cara untuk mengklarifikasi dan mengkomunikasikan apa yang membuat Anda berbeda dan spesial serta menggunakan seluruh kualitas tersebut untuk ‘memisahkan diri’ dari kelompok Anda sehingga gairah Anda dan

menggunakannya untuk memisahkan Anda dari pesaing serta memadu berbagai keputusan bisnis Anda.”

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui *personal branding* apa yang ditonjolkan dari Sule selaku *host* di *Ini Talkshow* dan apa strategi kreatif dalam acara *Ini Talkshow*. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Personal Branding Host Sule dan Strategi Kreatif Dalam Program Acara Ini Talkshow di NET TV.*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka muncul pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara membentuk *personal branding Host Sule* dalam program acara *Ini Talkshow* di NET TV?
2. Bagaimana strategi tim kreatif dalam acara *Ini Talkshow* di NET TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah bentuk penjabaran dalam tujuan umum dan tujuan khusus. Berikut penjabarannya :

1.3.1 Tujuan Umum

Dalam studi ilmu komunikasi khususnya bidang penyiaran televisi (*broadcasting*), perlu mengetahui bagaimana penerapan strategi kreatif dalam acara Ini Talkshow dan *personal branding host* pada program Ini Talkshow.

1.3.2 Tujuan Khusus

Melakukan sebuah penelitian dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui bagaimana membangun *personal branding* untuk *host* Ini Talkshow dan bagaimana strategi kreatifnya dalam acara Ini Talkshow.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah

kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu penyiaran (*broadcasting*) dalam ranah *personal branding* untuk *host* sebuah program *talkshow* di televisi.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi tim program *talkshow* Ini Talkshow dan tim kreatif. Penelitian ini juga bisa menjadi evaluasi dan menjadi referensi mahasiswa untuk mengetahui tentang *personal branding host* Ini Talkshow.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini, tersusun dengan sistematik sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini seperti teori *personal branding*, teori identitas, proses produksi televisi, strategi, kreatif, *host*, *talkshow*, operasionalisasi konsep dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang paradigma penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, desain penelitian, unit analisis, *key informan*, teknik pengumpulan data, analisis dan triangulasi data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan dan membahas hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis.