

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Divisi Kreatif adalah suatu divisi di dalam dunia pertelevisian atau broadcasting yang diberi tanggung jawab untuk berkreasi dengan pemikiran dari setiap anggotanya untuk mendapatkan ide-ide kreatif, unik, dan menarik untuk berbagai macam program acara di stasiun televisi. Ide-ide kreatif tersebut digunakan untuk menambah ketertarikan masyarakat luas terhadap program-program acara stasiun televisi dan menambah rating stasiun televisi tersebut. Kreatif juga merancang ide kreatif suatu program dan melakukan riset materi yang menunjang kebutuhan program lalu membuat naskah program yang berorientasi visual dan mampu mengarahkan artis/talent/klien sesuai dengan konsep produksi yang telah disepakati.

Divisi kreatif mempunyai tanggung jawab membuat ide kreatif suatu program dan melakukan riset materi yang menunjang kebutuhan program. Ide atau gagasan dasar acara bisa dari mana saja, bisa dari tim programming, tim produksi, atau dari tim kreatif. Tim kreatif mengolah menjadi *script* atau naskah serta rundown acara. Setelah naskah beserta rundown selesai maka tim produksi mengeksekusi menjadi sebuah tayangan.

Tim kreatif tidak bekerja sendiri, ada beberapa orang tergabung di departemen untuk merancang dan membuat program acara sehingga menjadi acara yang nikmat untuk ditonton oleh pemirsa. Resep yang baik tentunya tidak akan terlalu sulit ketika akan diimplementasikan menjadi program yang baik. Uji resep acara televisi biasanya akan berbentuk *dummy* atau *pilot project*. *Dummy* tersebut dievaluasi oleh tim programming, di presentasikan oleh produser, lalu dibahas bersama agar ketika ditayangkan akan menjadi tontonan menarik, ditonton banyak orang, mendapat rating dan share yang bagus.

Ajang pencarian bakat atau yang sering di sebut Talent Search khusus dalam bidang tarik suara mengalami kemunduran, apalagi yang disajikan untuk anak-anak. Sudah jarang tayangan khusus untuk anak-anak pada zaman ini. Berawal dari kesuksesan Talent Search tersebut, munculah beberapa nama Talent yang ikut menaikkan jagad industri musik di Indonesia. Pada program ini banyak sekali tempat yang harus diisi oleh SDM berkompeten di bidangnya, di antaranya ada produser, asisten produser, *cameraman*, *program director*, *production assistant*, *creative floor director*, dan masih banyak lagi. Salah satu yang vital perannya adalah Kreatif. Pekerjaan mencakup pra produksi sampai di produksi, membuat dan memikirkan konsep dari acara yang akan disajikan untuk penonton. Dalam meningkatkan acara program harus teliti memperhatikan apa yang digemari penonton. Televisi menempatkan jam siaran dengan

benar sesuai dengan kriteria penontonnya, agar tujuan program tersebut dapat tersampaikan dengan baik terhadap penontonnya.

Program acara yang ingin diteliti oleh penulis adalah acara Talent Search yang di tayangkan oleh stasiun televisi Global Tv yaitu “The Voice Kids Indonesia”. Acara Talent Search The Voice Kids Indonesia adalah program ajang pencarian bakat penyanyi termuda dan terbesar tahun ini, The Voice Kids Indonesia siap menggelar ajang lahirnya penyanyi muda dari usia 9 hingga 15 tahun dengan talenta the real voice. Diantara 3200 peserta dari kota Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Makassar, Manado, dan Ambon. The Voice Kids Indonesia mempunyai tiga *coach* yaitu AgnesMo, Bebi Romeo, dan Muhammad Tulus.

The Voice Kids Indonesia dibagi menjadi beberapa episode yaitu episode *Blind audition*, *Battle round*, *Live round* dan episode *Grand final*. Acara ini memiliki Host yaitu Ananda Omesh dan Ersya Mayori. The Voice Kids Indonesia tayang pada setiap hari Jumat pukul 18.00 WIB.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

“Bagaimana Strategi Tim Kreatif Dalam Penyajian Program Talent Search “The Voice Kids Indonesia” di Global Tv.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Melakukan penelitian studi kasus untuk mengetahui penerapan strategi tim kreatif dalam penyajian program The Voice Kids Indonesia di Global Tv.
2. Ingin mengetahui bagaimana produser dan tim kreatif menentukan visi dan misi program tersebut agar membangkitkan minat anak-anak untuk mengikuti pencarian bakat tersebut.

1.4 Paradigma Penelitian

Dalam melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Penyajian Yang di terapkan Tim Kreatif dalam Program Talent Search “The Voice Kids Indonesia” di Global Tv”. Peneliti menerapkan Paradigma Non-Positivisme (Kualitatif) dengan pendekatan Studi Kasus sebagai acuan dasar penyusunan penelitian.

1.5 Manfaat Penelitian

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

1.5.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berarti dan menambah kajian ilmu komunikasi, khususnya ilmu penyiaran untuk mengetahui strategi tim kreatif dalam penyajian yang diterapkan pada

produksi program Talent Search di televisi. Hasil penelitian diharapkan dapat berguna sebagai referensi atau masukan secara teoritis untuk bagian tim kreatif.

1.5.2 Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Tim Kreatif program acara The Voice Kids Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak di bidang Praktisi program Acara, terutama Acara The Voice Kids Indonesia di Global TV.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, peneliti akan menyusun secara sistematis dan membagi dalam lima bab pokok bahasannya yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Dalam bab satu ini juga dijabarkan hal-hal yang menjadi alasan dan bahan pertimbangan utama mengapa peneliti mengangkat judul ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang pengertian dasar-dasar teoritis yang akan dijadikan acuan penulisan, antara lain : pengertian Talent Search,

pengertian Strategi. Semua dijabarkan secara singkat dan jelas oleh peneliti dari apa yang telah dipelajari.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang akan diuraikan meliputi cara dan prosedur yang akan ditempuh oleh peneliti dalam rangka mencari jawaban atas masalah penelitian ini.

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab keempat ini akan dijelaskan apa saja hal atau data yang di dapat dari riset data penelitian di lapangan, beserta analisa berdasarkan teori atau data di dapatkan dari sumber pustaka yang telah dibahas dalam bab dua. Sehingga terdapat sinkronisasi mengenai data, diperoleh setelah riset, sesuai dan tepat berdasarkan apa yang telah dilihat dan diterapkan di lapangan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada pembahasan bab empat, maka dalam bab ini peneliti akan mencoba menarik kesimpulan. Serta memberi saran pada program acara The Voice Kids Indonesia.