BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu. Komunikasi disebut juga sebagai proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan. Dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta dengan kemajuan teknologi yang semakin maju, maka kebutuhan akan informasi saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Peran komunikasi dalam penyampaian pesan lebih tertuju pada komunikasi massa. Menurut John R. Bittner (1980) dalam buku *Mass Communication: An Introduction* "komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui mesia massa pada sejumlah besar orang". Artinya dalam penyampaian pesan dibutuhkan alat-alat komunikasi demi menunjang pesan agar tertuju pada komunikan atau khalayak. Media massa sebagai alat komunikasi turut andil dalam perkembangan sejumlah perangkat komunikasi, seperti televisi, radio, surat kabar & internet. Namun, dalam memperoleh informasi dari media massa, masyarakat pun bisa memilih sendiri media yang menjadi sumber informasinya.

Komunikasi ditujukan untuk memberikan informasi, hiburan serta edukasi, salah satu media komunikasinya adalah televisi. Dari semua media massa, televisilah yang berpengaruh besar pada kehidupan manusia.

Televisi juga merupakan salah satu jenis media komunikasi massa elektronik berupa teknologi canggih melalui audio visual.

Kemampuan televisi untuk memberikan sebuah informasi kepada masyarakat sangatlah cepat. Dengan keunggulan penyajiannya yang bersifat audio visual memudahkan masyarakat untuk menerima informasi yang disampaikan dengan cara melihat gambar dan mendengarkan suara secara bersamaan. Hal ini menjadi salah satu alasan yang mendorong masyarakat untuk memilih media televisi sebagai sumber informasi dibandingkan dengan media massa lainnya.

Televisi tentunya harus memberikan program yang memberitakan, hiburan, menginspirasi serta mendidik. Pendidikan bagi masyarakat Indonesia sangatlah penting terhadap pertumbuhan kualitas hidup Bangsa dan Negara. Tentunya setiap orang berpendidikan haruslah menghargai seni & budaya khas Indonesia. Perlulah peran serta masyarakat dalam melestarikan dan menjaganya, agar seni budaya yang telah ada sejak nenek moyang kita ini tidak tergerus zaman. Karena seni dan budaya negeri ini merupakan identitas Bangsa Indonesia yang sesungguhnya. Maka dari itu, stasiun televisi haruslah menayangkan program-program yang mengangkat seni dan budaya asli Indonesia sebagai sumber pengetahuan lebih bagi masyarakat.

Metro TV sebagai televisi berita nasional pertama di Indonesia yang mulai mengudara sejak tahun 2000 ini, memberikan ruang bagi program-program feature yang mengangkat keberagaman seni dan budaya

khas Indonesia. Dengan dibuatnya program seperti ini, artinya Metro TV turut mendukung program pemerintah untuk mencerdaskan masyarakat Bangsa Indonesia. Kita perlu tahu bahwa pengetahuan bisa didapatkan dimana saja, tergantung dari kitalah yang mempelajarinya.

IDEnesia "Untuk Indonesia Kaya" merupakan sebuah Program yang sejak 2011 menggandeng Galeri Indonesia Kaya, program ini memiliki dasar mengenai seni dan budaya asli Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut, tujuan dibentuk sebuah program bernama IDEnesia atau Ide Untuk Indonesia ini untuk bisa memberikan pendidikan atau pelajaran kepada generasi muda Indonesia. Khususnya bagi anak muda yang saat ini tengah terpengaruh oleh budaya asing. Untuk itu program IDEnesia hadir dengan semangat yang bisa memberikan banyak potensi mengenai arti dan seni dari kebudayaan asli Indonesia. Dengan kemasan terbaru dan juga menjunjung tinggi kearifan budaya lokal, IDEnesia tetap idealis menyampaikan pesan akan kebanggaan sebagai bangsa Indonesia yang mempunyai keberagaman seni & budaya asli Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus pada strategi produser dalam menyajikan program yang menarik dan mendidik serta memberikan pengetahuan bagus kepada masyarakat Indonesia. Dengan fokus penelitian tersebut, maka penulis telah merumuskan masalah untuk penelitian ini, yaitu

Bagaimana Strategi Produser Program IDEnesia Dalam Menyajikan Program Yang Menarik dan Mendidik Bagi Pemirsa.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan karena penulis sedang menempuh studi di bidang Penyiaran, maka pentinglah bagi penulis untuk mengetahui strategi produser dalam penyajian programnya. Penulis ingin mendapat wawasan bagaimana strategi produser program dalam menyajikan tayangan yang menarik & mendidik bagi pemirsa khususnya penonton setia Metro TV.

1.4 Manfaat Penulisan

1. Secara Teoritis

   Manfaat yang bisa diambil, yaitu:

   a. Mengenai ruang lingkup televisi berita nasional pertama di Indonesia sebagai media informasi bermutu khususnya dalam bidang pemberitaan nasional maupun internasional yang berguna bagi masyarakat.
   b. Penelitian ini juga bertujuan memberikan perbedaan dan keberagaman dalam metode yang sejenis.
   c. Diharapkan juga dapat memberikan gambaran mengenai alur kerja sistem televisi berita nasional seperti Metro TV.

2. Secara Praktis

   a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah *New Branding* dalam industri pertelevisian khususnya dalam bidang pemberitaan. Dimana sumber berita wajib dicari dan disiarkan kepada masyarakat.

   b. Penelitian ini juga bermanfaat memberikan pengetahuan yang sifatnya informatif dalam industri media masa kini.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi uraian latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi uraian kerangka teori dari komunikasi, pengertian komunikasi, fungsi komunikasi, unsur komunikasi, bentuk komunikasi, komunikasi massa, pengertian komunikasi massa, cirri-ciri komunikasi massa, unsur komunikasi massa, fungsi komunikasi massa, media komunikasi, pengertian media komunikasi, jenis media komunikasi, sifat media komunikasi, fungsi media komunikasi, audio visual, pengertian audio visual, fungsi audio visual, televisi, pengertian televisi, fungsi televisi, teristik televisi, program

acara televisi, program acara televisi drama, program acara televisi non drama, program berita televisi, format penyiaran program acara, program acara siaran langsung, program acara siaran tidak langsung, proses produksi acara televisi, pra produksi, produksi, pasca produksi, strategi penyajian, program acara IDENESIA "Untuk Indonesia Kaya", kerangka pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, informan & key informan, teknik pengumpulan data, instrumen, teknik analisis, data, pengujian keabsahan data.

4. BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan yang berisi mengenai gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, program acara, program acara IDEnesia, pembahasan hasil penelitian dan analisis data serta rumusan akhir.

5. BAB V PENUTUP

Kesimpulan & Saran.