

Media massa adalah alat untuk mengkomunikasikan pesan secara serempak kepada khalayak. Media massa terbagi menjadi media massa cetak dan media massa elektronik. Salah satu media massa elektronik yang sudah dikenal oleh khalayak adalah televisi. Televisi dengan karakteristik audio visualnya, mampu mempengaruhi orang banyak. Khalayak dapat menyaksikan setiap acara yang disajikan oleh stasiun televisi. Penyaluran informasi dengan menggunakan media massa terbagi atas dua bagian yaitu: media massa periodic yang berarti terbit secara teratur pada waktu-waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Sedangkan media massa non-periodik yang berarti bersifat sementara (eventual) tergantung pada peristiwa yang diselenggarakan. Seperti rapat, seminar, dan lain-lain. Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang media televisi.

Media massa, dapat menimbulkan persepsi kepada audiens yang positif maupun negatif dan dapat menimbulkan sikap yang baik maupun yang tidak baik kepada audiens.

Menurut Maxwell McCombs dan Donald Shaw, ” *Audiens* tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu dan topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.” (S.Djuarsa Sendjaja dkk, Teori Komunikasi, Jakarta: Pusat penerbitan Universitas Terbuka, 2004:25)

Televisi mempunyai karakteristik meluas, heterogen, anonim, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Oleh karena itu informasi yang diberikan dapat diterima secara cepat dan serentak. Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audio visual merupakan media paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas.

Dalam era globalisasi sekarang ini, kebutuhan akan informasi sangatlah penting. Hal ini dapat terlihat dari semakin berkembangnya media komunikasi dan informasi telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat berkomunikasi. Oleh sebab itu sangat dibutuhkan peran media massa untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut. Di Indonesia pertumbuhan media massa berkembang sangat signifikan melihat perkembangan pertelevisian, radio maupun cetak sangat pesat. Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan waktu mengobrol dengan keluarga atau untuk membaca buku. Hal ini memicu para pemilik berlomba-lomba melebarkan sayapnya di Industri pertelevisian sehingga stasiun televisi di Indonesia mulai bermunculan.

Televisi adalah suatu yang sudah sangat familiar dalam beberapa decade terakhir ini. Banyak acara dibuat untuk memenuhi kebutuhan informasi atau hanya sekedar memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat dan kedua hal tersebut disampaikan dengan menggunakan media televisi tersebut. Acara-acara tersebut pun disusun dalam format-format yang variatif sehingga dapat menarik banyak penonton yang juga

memiliki banyak minat dan selera. Berita, musik, komedi, dan kuis merupakan sedikit contoh dari macam-macam jenis acara yang ditayangkan lewat media televisi.

Dalam rangka meningkatkan kualitas tayangan program acara TV di bidang *game show*, RCTI menampilkan program acara *game show* yang merupakan acara unggulan. Kehadiran game show “BAPER” di RCTI dapat memberikan pencerahan baru bagi masyarakat Indonesia. Program acara game show ini dikemas secara apik, ditambah dengan humor yang disajikan oleh pembawa acara seperti Denny Cagur, untuk mengurangi ketegangan sehingga membuat pemirsa menjadi terhibur. Selain itu, BAPER juga menghadirkan bintang tamu selebritis pilihan untuk ikut terlibat dalam berbagai macam banyak permainan.

Perhatian utama peneliti terletak pada strategi tim kreatif dalam menciptakan suatu program acara yang sangat menarik serta diminati oleh masyarakat. Acara *game show* BAPER merupakan sebuah acara *game show* komedi yang ditayangkan di RCTI. Di acara televisi tersebut menampilkan berbagai macam hiburan yang dikemas secara komedi, dan *games* interaktif yang banyak diminati oleh masyarakat karena *crew* tim kreatif lah yang sangat berperan penting dalam mengemas bagaimana konsep acara tersebut terlihat menarik dan selalu beda pada setiap segmen dan episode selanjutnya serta memiliki daya saing yang tinggi terhadap stasiun TV lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ *Proses Strategi Tim Kreatif dalam Program Acara Game Show BAPER di RCTI Minggu Ke-4 Bulan Oktober*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

“ *Bagaimana Proses Strategi Tim Kreatif dalam Program Acara Game Show BAPER di RCTI Minggu Ke-4 Bulan Oktober*”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja yang hendak dilakukan oleh tim kreatif untuk membuat acara BAPER menjadi tayangan yang menarik di televisi.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya tim kreatif BAPER agar bisa menjadi program yang menarik pemirsa untuk menonton dibandingkan dengan program lainnya di televisi lain.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan memberikan sumbangan pemikiran terhadap betapa pentingnya keberadaan tim kreatif dalam suatu program acara televisi.

Mulai dari menentukan ide acara program hingga tayangan program tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan perkuliahan di sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Broadcaasting Universitas Esa Unggul Jakarta, dan sebagai bentuk aplikasi dari teori komunikasi yang telah penulis dapatkan dari perkuliahan hingga untuk kedepannya bisa diterapkan dalam dunia kerja yang sebenarnya dan dapat memberikan gambaran secara nyata bahan kreativitas adalah kunci dari keberhasilan sebuah program acara.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan dan memberikan arahan bagi penelitian laporan agar menjadi satu kesatuan, maka peneliti membagi penelitian ini menjadi 3 BAB, yaitu:

BAB I Pendahuluan

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

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan-landasan teori.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis, informan dan key informan, serta analisis data.

BAB IV Pembahasan

Bab ini menyajikan seluruh hasil penelitian dan analisisnya dengan menggunakan metode.

BAB V Penutup

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan dan saran.