

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pertelevisian merupakan sebuah industri yang kreatif, karena setiap hari berkarya dan setiap hari memunculkan ide baru dan segar. Hal tersebut tampak pada jenis sajian televisi yang saat ini semakin beragam seperti berita, talkshow, feature, variety show, sinetron, animasi, drama komedi, dan lain sebagainya, yang membuat televisi tidak sepi penonton.

Dalam dunia pertelevisian tidak terlepas dari beberapa program televisi, yang dimaksud dengan program televisi adalah program acara yang di sajikan oleh stasiun tv yang dapat memberikan informasi, menghibur dan mendidik. Dengan kekuatan televisi sebagai salah satu media massa yang paling sering diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, muncul pula persaingan dari berbagai stasiun televisi untuk menyajikan berbagai program yang variatif dan menarik untuk diikuti oleh penontonya.

Televisi di Indonesia bukan barang yang mewah lagi. Karena hampir setiap rumah saat ini terdapat televisi. Televisi juga merupakan salah satu sarana untuk mendapatkan informasi dan juga sebagai hiburan. Banyak sekali program yang disajikan oleh stasiun televisi yang ada di

Indonesia, tetapi program yang disajikan tersebut memiliki banyak kesamaan satu dengan yang lainnya.

Semua siaran, baik *live* dari studio, taping (*recorded*), ataupun *live* dari luar studio melibatkan beberapa unsur divisi-divisi yang menunjang. Salah satu program yang dapat kita lihat adalah program serial animasi. Program serial animasi adalah sekumpulan karya animasi dengan judul serial yang umum, biasanya saling terkait satu sama lain. Episode ini biasanya memiliki karakter utama yang sama, beberapa karakter sekunder dan tema dasar yang berbeda. Serial dapat memiliki jumlah episode yang terbatas seperti miniseri, akhir yang pasti, atau bersifat terbuka, tanpa jumlah episode yang telah ditentukan. Mereka bisa disiarkan di televisi, ditampilkan di bioskop, dirilis langsung ke video atau di internet. Seperti film animasi, serial animasi bisa beragam genre dan juga memiliki khalayak sasaran yang berbeda, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Setiap program televisi yang diproduksi selalu *disupport* oleh Divisi Promo On Air dalam perencanaan sebelumnya, hal tersebut sangat dimungkinkan karena selain *mensupport* program divisi Promo On Air juga mempromosikan program agar dapat menarik perhatian pemirsa. Jadi dengan kata lain promosi adalah bagaimana kita mengkomunikasikan sesuatu tentang produk kita kepada konsumen, yang bertujuan agar produk tersebut mendapatkan posisi atau tempat yang istimewa dipikiran konsumennya.

Maka dari itu dalam divisi Promo On Air selalu membuat promo program semenarik mungkin untuk menarik perhatian pemirsa. Persiapan produser program dalam menyusun sebuah rangkaian target ide gagasan setiap episode program, produser tidak akan lengkap tanpa asisten produser dan kreatif yang memantau dan memajemen segala persiapan untuk memproduksi sebuah promo program televisi hingga menjadi sebuah tayangan yang mampu menarik perhatian pemirsa.

MNC TV merupakan salah satu perusahaan penyiaran di Indonesia yang memiliki banyak program acara yang menarik untuk *audience*-nya, dan memberikan program-program yang terbaik. Program acara yang ingin diteliti oleh penulis adalah program serial animasi yang ditayangkan oleh stasiun televisi MNC TV. Karena MNC TV lebih banyak program hiburan serial animasi dan *feature* yang menghasilkan program-program sukses dan menarik banyak perhatian masyarakat.

Salah satu program serial animasi unggulan MNC TV adalah Upin & Ipin yang merupakan suatu serial animasi keluarga terpopuler di televisi Indonesia. Bukan hanya itu, serial animasi ini juga sukses membuat perhatian pemirsanya dirumah. Awalnya serial animasi ini ditayangkan khusus untuk menyambut Ramadan pada tahun 2007 di TVRI untuk mendidik anak-anak mengenai arti dan kepentingan dari bulan suci Ramadan untuk musim pertama. Pada tahun 2008 untuk musim kedua disiarkan di MNV TV sampai saat ini.

Berawal dari program serial animasi Upin dan Ipin, MNC TV kini menambahkan program siaran serial animasinya. Kali ini MNC TV menambahkan serial animasi terbaru yang berjudul Ummy, Chacha Bhatija dari daftar siarannya yang sebelumnya, MNC TV telah sukses dengan berbagai program animasi unggulan seperti Upin & Ipin, Pada Zaman Dahulu, Boboiboi, Little Kharisna, dan Sofia The First.

Berdasarkan uraian diatas, Peneliti akan meneliti tentang promo on air program serial animasi yang ada di MNC TV dan ingin mengetahui suatu strategi yang menarik dalam mempromosikan program-program serial animasi itu sendiri, dan nantinya akan disajikan secara menarik agar dapat disaksikan oleh pemirsa. Peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut McMillan & Schumacher yang mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian. Peneliti memilih pendekatan studi kasus yang dimana *key informan* adalah produser, dan informannya adalah tim kreatif.

Maka pada penelitian ini penulis mengambil judul, "*Strategi Produser Promo On Air Dalam Mempromosikan Program Serial Animasi Di Mnc Tv Untuk Mendapatkan Perhatian Dari Pemirsa*".

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut: *“Bagaimana Strategi Produser Promo On Air Dalam Mempromosikan Program Serial Animasi Di Mnc Tv Untuk Mendapatkan Perhatian Dari Pemirsa?”*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Menjelaskan Strategi Produser Promo On Air MNC TV Yang Diterapkan Dalam Mempromosikan Program-Program Serial Animasi.
2. Bagaimana Strategi Produser Promo On Air MNC TV Untuk Mendapatkan Perhatian Dari Pemirsa Khususnya Program-Program Serial Animasi.
3. Mengetahui Sejauh Mana Peran Tim Promo On Air Dalam Proses Promosi Di MNC TV.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut penjabarannya:

1.4.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berarti dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu kepenyiaran dan dapat menambah wawasan mengenai bagaimana strategi divisi tim promo on air dalam program-program serial animasi yang disiarkan di televisi.

1.4.2 Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu, sebagai acuan bagi dan seorang broadcaster dalam membuat suatu program yang tetap eksis dari masa ke masa. Dan juga menjadi bahan pengalaman untuk dapat mengetahui tahapan-tahapan tim promo on air dalam mempromosikan program-program sehingga bisa menjadi bahan referensi yang dapat dimanfaatkan mahasiswa dilingkungan Fakultas Komunikasi Universitas Esa Unggul.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan memberikan arahan bagi penelitian laporan agar menjadi satu kesatuan, maka peneliti membagi penelitian ini menjadi 5 BAB, yaitu:

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, definisi konsep, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi uraian desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis, informan dan key informan, instrumen, dan analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisi uraian tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Berisi uraian tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga disertai saran-saran agar penelitian ini dapat lebih sempurna.