

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian internal dari sistem tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat terlihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia, yaitu sejak dari bangun tidur di pagi hari sampai dengan manusia beranjak tidur pada malam hari. Semakin majunya perkembangan teknologi komunikasi, informasi menjadi hal yang sangat penting dan sangat dibutuhkan semua orang di alam semesta ini. Dalam perkembangannya, media komunikasi berperan penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat.

Semakin berkembangnya media komunikasi, semakin mudah juga pertukaran informasi antar masyarakat dimanapun berada baik didalam ataupun luar negeri. Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kaitannya dengan pembentukan masyarakat. Manusia terlibat dalam kegiatan komunikasi dalam kehidupan sosial, sehingga manusia dapat saling berdekatan dalam komunitas.

Televisi saat ini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama

didepan televisi, dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga maupun dengan pasangan mereka.

Bagi banyak orang, televisi adalah teman. Televisi juga telah menjadi cermin perilaku masyarakat, dan televisi juga dapat menjadi candu. Dimana televisi membujuk kita untuk mengkonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain, dan juga memberikan ide tentang bagaimana kita menjalani hidup. Ringkasnya, televisi itu telah mampu memasuki relung-relung kehidupan kita lebih dari yang lain.

Seiring dengan makin maraknya dunia pertelevisian Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini, maka semakin beragam pula bentuk program-program acara yang ditampilkan oleh televisi-televisi swasta di Indonesia. Banyak stasiun televisi kini berlomba-lomba untuk memberikan program tayangan yang terbaik agar dapat di terima oleh masyarakat atau audiens.

Hal itu disebabkan karena semakin tayangan itu disukai oleh masyarakat, maka semakin banyak pula keuntungan yang diterima oleh stasiun televisi. Apalagi kalau program siaran tersebut mendapatkan *rating* tertinggi pada saat ini, maka banyak pengusaha atau perusahaan-perusahaan yang akan memasang iklan di televisi tersebut pada sela-sela program selama acara berlangsung.

Penjelasan-penjelasan diatas dapat diartikan secara teoritis, televisi merupakan lembaga penyiaran yang berwatak industri. Fungsi industri

adalah menjual produk, barang, dan jasa, dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Sesuai dengan wataknya, industri televisi sebenarnya tidak terlalu hirau dengan dampak buruk tayangan terhadap masyarakat. Adapun yang digunakan stasiun televisi swasta kita adalah “buatlah program acara sebanyak-banyaknya, dengan tujuan *rating* setinggi-tingginya, dengan demikian akan banyak pula pemasang iklan yang berminat”.

Diantara banyak program acara yang ditampilkan oleh stasiun televisi swasta adalah program *talkshow*. Artinya sebuah program hiburan yang sudah menjadi bagian warna hidup dari masyarakat. Bisa diakui bahwa program *talkshow* sudah bisa mulai diperhitungkan dan bisa memberi warna yang berbeda bagi jiwa penikmatnya.

Menjamurnya program *talkshow* hiburan di beberapa stasiun televisi belakangan ini tidak membuat Global TV sebagai salah satu stasiun televisi swasta yang mengambil segmen hiburan menjadi gentar.

Setiap stasiun televisi memiliki program *talkshow* yang menjadi unggulan, karena itu semakin banyak stasiun televisi yang muncul, maka semakin ketat pula persaingan acara *talkshow* antar stasiun lainnya. Stasiun televisi berlomba-lomba mengemas suatu program acara *talkshow* dengan berbagai daya tarik. Salah satunya adalah stasiun Global TV dengan motto “Global TV Seru”, Global TV mencoba menyajikan acara TV yang berbeda.

Program Acara “Ada Ada Aja” ditayangkan setiap hari senin-jumat pukul 14.30 WIB yang berdurasi satu jam. Program acara Ada Ada Aja yaitu program acara *talkshow* yang merupakan sebuah tayangan perbincangan yang membahas suatu kabar terkini atau eksplorasi selebritis dengan ringan dan dibawakan dalam suasana menyenangkan serta dibalut dengan variasi segmen berisikan beragam aktifitas yang akan menambah serunya acara bersama para narasumber. Program Acara *talkshow* Ada Ada Aja penulis pilih karena sangat menghibur, dan dipandu oleh host-host yang lucu dan menyenangkan.

Dengan banyaknya program-program *talkshow* yang kini telah hadir, maka timbul-lah suatu tuntutan dari beberapa stasiun televisi untuk lebih memberikan suatu program produksi yang lebih bervariasi dan kreatif, agar acara tersebut menjadi nomor satu dibanding program-program *talkshow* yang ada.

Namun, demi mewujudkan suatu program *talkshow* yang bagus dan menarik itu sangatlah dibutuhkan adanya suatu sistem peran serta dari berbagai pihak kerabat kerja (kru) dalam suatu proses produksi. Seluruh kru memiliki peranan yang sangat berpengaruh dalam proses produksi suatu program acara. Jika salah satu kru tidak maksimal dalam menjalankan tugasnya, maka proses produksi itu akan berantakan dan itu sangat berpengaruh sekali pada sistem yang ada.

Oleh karena hal tersebut maka Produser Ada Ada Aja diharapkan dapat bekerja secara lebih kreatif untuk dapat menghasilkan suatu program

acara yang tidak monoton dan hanya kesannya cuma meniru program acara yang lainnya saja. Dalam program acara *talkshow* Ada Ada Aja produser mencoba menambah berbagai kreatifitasnya agar terdapat kesan yang baru dalam program acara ini walaupun pada dasarnya mempunyai kemasan yang sama.

Hal tersebut di harapkan dapat dijadikan strategi tersendiri untuk mendapatkan perhatian yang lebih dari pemirsa yang menonton program acara Ada Ada Aja. Global TV mempunyai banyak sekali produser yang menangani berbagai macam program acara, dan pada umumnya para produser ini dengan tingkat kreatifitas yang bisa untuk di handalkan dalam proses produksi program acara televisi.

Oleh karena latar belakang tersebut, mendorong penulis untuk mengamati dan membuat penulis mencoba mengangkat permasalahan tersebut dalam skripsi ini dengan mengangkat judul **"Analisis Strategi Kreatif Produser Dalam Program Acara Talkshow Ada Ada Aja Di Global TV"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang penulis angkat dalam proposal penelitian ini adalah "Bagaimana Strategi Kreatif Produser Dalam Program Acara Talkshow Ada Ada Aja di Global TV Sehingga Mampu Bersaing Dengan Program Talkshow Stasiun TV Lainnya dan Mampu Bertahan Lebih Dari 4 Tahun".

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Dalam studi komunikasi perlu mengetahui untuk bagaimana strategi produser yang digunakan untuk program acara *talkshow* yang di kemas secara menarik dengan gaya berbeda dari biasanya.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Melakukan penelitian studi kasus untuk mengetahui bagaimana kreatif produser dalam program acara *talkshow* Ada Ada Aja di Global TV.
2. Mengetahui bagaimana strategi kreatif produser dalam program acara *talkshow* Ada Ada Aja di Global TV.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memperkaya teori bagi masyarakat umumnya dan dapat memberi masukan yang berarti untuk menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu kepenyiaran untuk mengetahui strategi format sajian yang di terapkan dalam meningkatkan daya tarik program *talkshow* di televisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu, sebagai acuan bagi calon dan seorang *broadcaster* dalam membuat suatu program *talkshow* supaya menarik.
2. Menjadi bahan pengalaman untuk dapat mengetahui tahapan produksi program acara *talkshow* Ada Ada Aja sehingga bisa menjadi bahan referensi yang dapat dimanfaatkan mahasiswa di lingkungan Fakultas Komunikasi Universitas Esa Unggul.
3. Bermanfaat untuk menambah wawasan dan pemahaman penulis tentang strategi kreatif produser dalam program acara *talkshow* Ada Ada Aja di Global TV.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan dalam penulisan laporan penelitian dan pembahasan secara sistematis, maka penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab, sistematika penelitian yang penulis sajikan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. Dalam bab ini juga di jabarkan hal-hal yang menjadi alasan dan bahan pertimbangan utama mengapa penulis mengangkat judul skripsi ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang pengertian dasar-dasar teoritis yang akan dijadikan acuan penulisan skripsi, yang mencakup, analisis, komunikasi, komunikasi massa, televisi, program acara televisi, program acara talkshow, strategi produser, kreatif, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi metodologi penelitian yang memaparkan mengenai desain penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan meliputi profil perusahaan, profil program yang diambil dan hasil penelitian yang dilakukan melalui teknik pengumpulan data dan menganalisis data tersebut.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.