

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, *talk show*, *feature*, *variety show*, sinetron, animasi, drama komedi, dan lain sebagainya, yang membuat televisi tidak sepi penonton.

Berkembangnya industri media massa di Indonesia membuat berbagai program yang berkualitas bagi masyarakat, informasi yang disajikan media massa merupakan suatu keperluan untuk membantu masyarakat dalam mengetahui hal-hal yang sedang terjadi disekitar mereka

Dalam dunia pertelevisian tidak terlepas dari beberapa program-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 penontonnya.

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. iNews TV kembali menghadirkan program *talk show* yang berbeda dengan *talk show* lainnya. Program yang di adaptasi dari *talk show* lainnya dan secara umum program ini sama dengan *talk show* lainnya. Dalam program *talk show* secara umum semua adalah berbincang-bincang bersama narasumber yang didatangkan untuk menyampaikan informasi.

Setiap tim produksi program televisi dituntut untuk kreatif dalam mengemas dan menyajikan program yang sesuai dengan kriteria targetnya,

seperti contohnya sinetron, *talk show*, *variety show*, drama, *infotainment* hingga *reality show*. Salah satu program *talk show* yang variatif ditayangkan iNews TV adalah Hotman Paris Show. Dilihat dari kemasan acara yang telah dipersiapkan oleh Produser, Sutradara dan Tim Kreatif program Hotman Paris Show memiliki konsep yang bukan hanya sekedar acara *infotainment* seperti yang ada sekarang ini. Didalam program ini, tema yang diangkat cukup beragam, namun program ini tak beranjak dari *human interest*. Tidak jarang program ini menampilkan narasumber dari berbagai kalangan yang karya dan kisah hidupnya menjadi inspirasi banyak orang dan sedang hangat diperbicarakan di masyarakat. Untuk lebih mendukung konten program acara ini, maka produser dan tim yang ada harus bisa membuat konsep dengan baik agar para penonton dirumah dapat merasakan juga atmosfer di acara tersebut.

iNews TV kini mulai menampilkan banyak program *talk show*, salah satunya adalah Hotman Paris Show. Secara umum program Hotman Paris Show sama dengan program *talk show* lainnya, tetapi ada beberapa ciri khas dari program ini yang membuat penonton penasaran tentang program ini. Yang membuat berbeda program Hotman Paris Show dengan program *talk show* lainnya yaitu, *host* atau pembawa acaranya adalah seorang pakar hukum yang tidak asing dan sudah terkenal namanya, penampilannya dan hartanya, Hotman Paris Hutapea serta narasumber yang membuat banyak pertanyaan di mata pemirsa yang menonton program ini.

Berdasarkan uraian diatas, Peneliti akan meneliti tentang tim kreatif yang mampu membuat program ini berbeda dengan program *talk show* lainnya dan ingin mengetahui suatu strategi tim kreatif yang mampu mengemas program ini menjadi program *talk show* yang membuat penonton menjadi penasaran dengan setiap narasumber yang dihadirkan dan nantinya akan disajikan di layar kaca agar dapat disaksikan oleh pemirsa. Peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2007:3) mengutip pernyataan dari Bogdan dan Taylor yang mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Peneliti memilih pendekatan studi kasus yang dimana *key informan* adalah tim kreatif Hotman Paris Show, dan informannya adalah produser Hotman Paris Show.

Maka pada penelitian ini penulis mengambil judul, "*Strategi Tim Kreatif Dalam Mengemas Program Hotman Paris Show*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Kreatif Dalam Mengemas Program Hotman Paris Show?
2. Bagaimana proses produksi program Hotman Paris Show?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Strategi Kreatif yang diterapkan tim yang terlibat dalam pengemasan program Hotman Paris Show
2. Untuk Mengetahui Sejauh Mana Peran Tim Kreatif Dalam Proses Pengemasan Ide Yang Selanjutnya Akan Ditayangkan Dalam Program *Talk Show* Hotman Paris Show.
3. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khalayak luas dan khususnya mahasiswa jurusan *Broadcasting* mengenai peran tim kreatif dan strategi seorang tim kreatif dalam membuat sebuah program acara *talk show*.

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 kreatif dalam merencanakan dan membuat program-program *talk show* yang disiarkan di televisi.

1.4.2 Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu, sebagai acuan bagi calon dan seorang *broadcaster* dalam membuat suatu program yang tetap eksis dari masa ke masa. Dan juga menjadi bahan pengalaman untuk dapat mengetahui proses produksi program acara *talk show* sehingga bisa menjadi bahan referensi yang dapat

dimanfaatkan mahasiswa dilingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.