

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat pesat seiring dengan peningkatan kebutuhan layanan yang cepat dan efisien. Banyak perubahan dalam kehidupan manusia yang secara cepat berkembang seiring zaman dari waktu ke waktu. Berbagai macam media komunikasi di ciptakan untuk mempermudah hubungan atau koneksi dengan orang-orang yang terpisahkan oleh jarak dan waktu. Dalam perkembangan komunikasi, media komunikasi yang mengalami perubahan yang sangat pesat dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat luas.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu *Communication*, berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2007, h. 9). Sedangkan menurut (Richard West dan Lynn H. Turner, 2008, h.5), Komunikasi (*communication*) merupakan proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka.

Menurut (Nurudin, 2007, h.4), Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni media cetak maupun media elektronik. Dari definisi ini diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film yang menyebabkan penyebaran informasi menjadi semakin cepat seiring dengan berkembangnya zaman di era globalisasi pada saat ini. Oleh karena itu, media massa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

Menurut (Dani Vardiansyah, 2004, h.104), Media massa digunakan pada tataran komunikasi massa. Media massa yang utama adalah surat kabar, majalah, televisi, dan film. Dalam pemilihan, media massa memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan yang lain. Karena setiap media massa memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing. Media massa juga diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh khalayak luas. Media massa memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai fungsi menghibur, fungsi pendidikan, fungsi mempengaruhi, dan fungsi hiburan.

Setiap manusia membutuhkan media massa sebagai sumber hiburan dan informasi. Salah satu media massa yang melengkapi kehidupan manusia sehari-hari adalah televisi. Dalam perkembangannya, televisi merupakan media massa elektronik yang memiliki kekuatan dari segi audio visual yang berbeda dengan media lainnya dan dengan mudah dapat menyentuh kehidupan masyarakat yang dapat menjangkau wilayah dan jumlah pemirsa yang tidak terbatas.

(Kuswita, 2014), Televisi banyak dipilih oleh audiens sebagai sumber informasi karena keanekaragaman informasi yang disiarkan, seperti berita, hiburan, seni serta berbagai macam informasi lainnya.

Dengan adanya industri media televisi yang menghasilkan suatu produk berupa informasi dan hiburan. Setiap stasiun televisi bersaing untuk mengatur strategi dalam mempertahankan eksistensi perusahaannya dengan membuat program-program yang disajikannya agar dapat diterima dan diminati oleh khalayak.

Menurut (Morissan, 2009, h.5), Industri penyiaran di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat belakangan ini. Berbagai media penyiaran saat ini dimungkinkan untuk dibuka. Industri penyiaran telah mencapai tingkat persaingan yang tajam sehingga dibutuhkan strategi yang baik untuk memenangkan persaingan.

Menurut (Sumartono, 2014, h. 96), Setiap stasiun televisi hingga saat ini saling bersaing untuk memperoleh tempat di hati khalayak. Setiap stasiun televisi berusaha menyajikan berbagai siaran untuk dapat menarik perhatian khalayak penontonnya melalui program acaranya seperti berita, talkshow, religi, musik, sport, televisi magazine, features, dan lainnya.

Dunia pertelevisian semakin hari semakin maju seiring perkembangan teknologi. Banyak sekali persaingan antar televisi baik stasiun televisi nasional maupun lokal. Stasiun televisi nasional antara lain TVRI, MNC TV, GTV, iNews, SCTV, tv One, Indosiar, antv, Metro TV, Trans 7, trans TV, Kompas TV, RTV, NET. Salah satu televisi nasional yang ada pada saat ini yaitu, Metro TV.

Dalam sebuah program yang dibuat pasti mengharapkan kesuksesan, terutama dalam menghadapi persaingan berbagai macam program yang bermunculan pada masa kini. Dibutuhkan strategi dalam menghadapi persaingan dalam industri media penyiaran saat ini.

Program berita televisi yang berkualitas adalah kemampuan dalam menampilkan isi berita yang berkualitas. Terpenuhinya kebutuhan informasi yang berkualitas yang akan meningkatkan kepuasan audiens pada program berita. Menurut (Arifin S Harahap, 2006, h.4), Kredibilitas suatu stasiun televisi sebagian besar ditentukan oleh kualitas berita yang ditampilkan. Menurut (Morissan, 2010, h.5), Suatu berita hanya ditentukan oleh kredibilitasnya di mata pemirsa. Selain itu aspek visualnya juga sangat menentukan menarik tidaknya sebuah tayangan berita televisi.

Menurut (Rusman Latief dan Yusiatie Utud, 2017, h.146), Penyajian berita televisi adalah konsep kreatif tentang suatu peristiwa yang membutuhkan kecepatan, ketelitian, keakuratan, keseimbangan, dan keberanian agar menarik dan mendapat perhatian dari masyarakat dari pada jika berita hanya disajikan dengan cara biasa-biasa saja. Dengan teknik penyajian yang kreatif, peristiwa yang biasa-biasa tanpa rekayasa fakta, dapat menarik perhatian pemirsa dibanding berita yang di anggap penting tetapi penyajiannya bisa tidak mendapat perhatian audiens. Akibatnya, peristiwa yang penting itu bisa terlewatkan begitu saja, hanya karena penyajiannya tidak menarik.

Seiring dengan berjalannya kemajuan teknologi dalam dunia industri penyiaran maka dibangunlah Metro TV sebagai stasiun televisi berita pertama di Indonesia pada tanggal 25 Oktober 1999. Metro TV memiliki konsep agak berbeda dengan stasiun televisi lain, sebab selain mengudara selama 24 jam setiap hari, stasiun tv ini hanya memusatkan acaranya pada siaran warta berita saja. Tetapi dalam perkembangannya, stasiun tv ini kemudian juga memasukkan unsur hiburan dalam program-programnya, meski tetap dalam koridor news.

Sebagai stasiun tv berita pertama di Indonesia, Metro TV selalu berusaha untuk mempersembahkan program-program yang berkualitas yang ditentukan oleh kredibilitas, kebenaran, dan fakta. Metro TV juga akan selalu berusaha untuk mengerjakan pekerjaan jurnalistik menurut standar bahkan diatas standar. Metro TV memiliki tugas yaitu *Knowledge to elevant* yaitu seluruh program-program yang ditayangkan harus dikaitkan dengan upaya untuk meningkatkan kemampuan dan kecerdasan publik yang menonton.

Metro TV juga menjadi stasiun pertama di Indonesia yang menyiarkan berita dalam bahasa Mandarin yaitu Metro *Xin Wen*, dan juga satu-satunya stasiun TV di Indonesia yang tidak menayangkan sinetron. Selain itu, Metro TV juga menayangkan siaran internasional berbahasa Inggris pertama di Indonesia yaitu Indonesia Now yang dapat disaksikan dari seluruh dunia. Metro TV dikenal memiliki presenter berita terbanyak di Indonesia, Metro TV juga menayangkan program *e-Lifestyle*, yakni program talkshow yang membahas teknologi informasi dan telekomunikasi.

Dengan terus berkembangnya variasi program-program informasi di tengah-tengah masyarakat baik itu berita politik, sosial, ekonomi, dan budaya. Metro TV memiliki dua macam program yaitu program berita Bulletin dan program berita Non Bulletin. Salah satu program berita Non Bulletin di Metro TV yaitu The Nation.

Program The Nation tayang dengan menghadirkan program jurnalisme pembangunan dengan gaya baru dan mengajak setiap generasi muda untuk memahami berbagai persoalan dengan melihat langsung dari lokasi, menghadirkan pembuatan kebijakan, melibatkan industri, dan menyuarakan suara rakyat.

Program The Nation pertama kali disiarkan di Metro TV sejak 17 September 2018 dan tayang setiap Selasa pukul 22:05 WIB. Dalam program The Nation menyajikan kisah-kisah dinamika bangsa dari berbagai pelosok tanah air, termasuk wilayah terpencil dan perbatasan. Program The Nation memilih untuk menyajikan isu pembangunan karena isu pembangunan memuat lebih banyak aspek yang menarik untuk ditelusuri.

Ketika berbagai tayangan di setiap stasiun televisi berlomba-lomba pada genre ekonomi dan politik, tetapi program The Nation memberikan pilihan yang berbeda dari program lain di stasiun televisi di Indonesia. Program The Nation lebih memilih isu pembangunan dikarenakan selama ini program stasiun televisi lebih menyoroti isu-isu politik dan ekonomi. Tetapi program The Nation lebih memilih isu-isu pembangunan

karena isu pembangunan sangat dekat dengan masyarakat dan jarang di sentuh oleh stasiun televisi di Indonesia. Program The Nation mengharapkan dengan tayangan-tayangan yang di liput untuk menyadarkan semua stakeholder dan program The Nation ingin terlibat kontribusi dalam ikut membangun negeri.

Selain itu, ciri khas dari program The Nation yaitu adanya segment dialog antara host dengan narasumber yang berkompeten dalam setiap bidangnya. Segment dialog dalam program The Nation biasanya membahas berbagai isu, khususnya pembangunan fisik dan non fisik di seluruh wilayah Indonesia. Dalam program The Nation diharapkan memberikan dampak sosial, dampak politik, dan dampak ekonomi.

Dampak sosial yaitu setiap judul yang di angkat dalam program The Nation harus berdampak pada orang-orang yang diliput sehingga setiap liputan dari program The Nation akan disampaikan ke para pembuat kebijakan agar berbagai kesulitan dapat ditindaklanjuti. Dampak politik yaitu adanya kebijakan yang bisa dapat diperbahuri oleh pembuat kebijakan. Dan dampak ekonomi, sebagai karyawan jurnalistik perusahaan dalam pertelevisian swasta komersial program The Nation berusaha memberikan program yang berkualitas untuk diminati oleh khlayak luas dan menghasilkan pendapatan dari program yang di garap oleh program The Nation.

Program The Nation juga menjadi salah satu program Metro TV yang telah mendapatkan penghargaan Anugerah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dengan mengusung tema “Digitalisasi Untuk Negeri”. Program The Nation berhasil memenangkan nominasi dari kategori Program Lembaga Penyiaran Peduli Perbatasan dan Daerah Tertinggal dengan sebuah episode yang mengangkat topik “Air Untuk Sumba”.

Dalam program The Nation berbeda dengan program acara yang lain karena The Nation menyajikan kisah-kisah dinamika bangsa dari berbagai pelosok tanah air, dengan lebih mengedepankan isu-isu pembangunan yang bersifat mendalam sesuai dengan fakta-fakta langsung yang terjadi di lokasi dan jarang tersentuh oleh stasiun televisi lain di Indonesia, dari pada gimmick yang sedang menjadi program unggulan di tengah persaingan industri pertelevisian di Indonesia. Tetapi program hiburan di stasiun televisi lain lebih mengedepankan gimmick, tidak peduli acara itu disebut buruk atau bahkan tidak mendidik.

Hal tersebut, membuat program berita non bulletin di Metro TV disukai dan diminati oleh masyarakat karena menyajikan program berita non bulletin yang menarik dan berbeda dengan menyajikan informasi yang bersifat mendalam.

Oleh karena itu, setiap stasiun televisi dengan mudah dapat membuat program-program acara yang baru. Setelah dapat membuat sebuah program acara yang dapat diterima dan disukai oleh masyarakat. Maka, masalah yang akan dialami oleh produser adalah acara tersebut agar bisa tetap bertahan, terus dinikmati, dan disukai oleh masyarakat.

Suksesnya suatu program acara ditelvisi tidak lepas dari produser yang handal dan profesional. Sebuah program tidak akan berjalan dengan baik bila tidak adanya kerjasama tim dan koordinasi yang baik. Selain kerja sama tim yang baik, pentingnya strategi dalam program acara televisi menjadi salah satu penentu dalam keberhasilan suatu program acara. Oleh karena itu, setiap stasiun televisi bersaing untuk mengatur strategi dalam membuat sebuah program acara.

Terkait dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti mengambil fokus judul **“STRATEGI PRODUSER DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI PROGRAM THE NATION DI METRO TV”**.

1.2. Rumusan Masalah:

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah peneliti bangun diatas, maka timbul rumusan yakni sebagai berikut **“Bagaimana strategi produser dalam meningkatkan eksistensi program The Nation di Metro TV?”**

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi produser dalam meningkatkan eksistensi program The Nation di Metro TV.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, baik dari segi manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti dan menambah kajian ilmu broadcasting. Serta memiliki manfaat untuk menjadi informasi mengenai strategi produser dalam meningkatkan eksistensi program The Nation di Metro TV.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah pengalaman peneliti karena dapat mengetahui secara langsung bagaimana strategi produser dalam meningkatkan eksistensi program The Nation di Metro TV. Serta menambah kajian ilmu komunikasi khususnya dalam bidang broadcasting.