

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa memiliki peran yang sangat penting. Setiap manusia yang hidup memerlukan media massa. Masyarakat mendapat informasi dengan membaca surat kabar, menonton berita, mendengarkan radio, mengakses berita melalui internet. Media massa membantu kita untuk dapat mengetahui peristiwa dari dalam maupun luar negeri.

Effendy dalam kamus komunikasi, “media sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh lokasinya atau banyak jumlahnya”. (Effendy, 1989:220)

Surat kabar dan majalah termasuk dalam kategori media cetak. Media massa elektronik yaitu televisi, radio, sedangkan yang merupakan media massa elektronik baru sebagai sebuah perangkat yang mencakup beberapa sistem teknologi adalah internet.

Setiap media mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kekurangan surat kabar misalnya pada sumber aktualitasnya sebagai media cetak, dimana peristiwa tidak bisa diketahui secara langsung karena harus melewati proses percetakan dahulu sebelum bisa dibaca untuk esok harinya. Sedangkan televisi mempunyai kelebihan sebagai

media penerangan dan hiburan yang paling digemari masyarakat, melalui televisi kita dapat melihat suatu peristiwa secara langsung dari tempat kejadian.

Televisi merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang mempunyai karakter yang spesifik yaitu audio visual. Perkembangan televisi saat ini sudah sangat pesat sehingga dampak siarannya yaitu tak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lain terlebih setelah digunakannya satelit untuk memancarkan signal televisi. (Dedi, 2005:4)

Setelah undang-undang penyiaran disahkan, jumlah televisi di Indonesia dipastikan akan terus bertambah, khususnya di daerah yang terbagi dalam empat kategori, yaitu TV publik, TV berlangganan, TV Swasta, dan TV komunitas. Diperkirakan, di masa mendatang akan bermunculan lagi stasiun televisi berjaringan yang artinya mulai terjadi disentralisasi penyiaran. Penyiaran yang awalnya berpusat di Jakarta, pada stasiun televisi nasional, akan menyebar ke daerah-daerah. (Usman, 2009:1-2)

Menurut Dedy Iskandar (2005:69) dalam bukunya “Jurnalistik Televisi”, dengan pesatnya pertumbuhan televisi tersebut, merupakan salah satu fakta tumbuhnya perekonomian serta teknologi yang berkembang yang sejalan dengan semangat untuk mewujudkan demokratisasi. Sejalan dengan perkembangan tersebut, kebutuhan terhadap sumber daya manusia untuk *memenej* televisi kian sangat diperlukan, tujuannya tentu untuk memperoleh tenaga kerja yang handal dan professional dan kreatif dalam memenuhi kebutuhan dan perkembangan zaman di bidang pertelevisan.

Menurut peneliti sebelumnya, program-program acara televisi swasta tidak akan dapat hidup tanpa adanya loyalitas pemirsa dan iklan. Untuk itu program televisi harus mempunyai strategi kreatif dalam pemenuhan tujuan dan sasaran yang dimiliki. Ditambah dengan persaingan televisi swasta yang sangat ketat dan mempertahankan loyalitas pemirsa. Program acara *variety show* merupakan salah satu program acara televisi swasta untuk menarik hati pemirsa. Sebagai sebuah tayangan hiburan sinetron pun masih memiliki daya tarik yang kuat dimata penonton. Namun fenomena demikian kiranya mulai terhapus dengan maraknya tayangan *variety show* belakangan ini yang banyak muncul di televisi.

TransTV merupakan salah satu perusahaan penyiaran di Indonesia yang memiliki banyak acara program yang menarik audience-nya. TransTV membuat program-program acara pilihan yang mengikuti perkembangan keinginan pemirsanya yang sedang populer saat ini. Dengan menyajikan program yang inspiratif, edukatif dan sebagai hiburan di masyarakat mengusung tema televisi yang berbasis *entertainment* TransTV mampu menjadi pesaing bagi lawannya di setiap program.

TransTV membuat acara *variety show* terbaru yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat dari anak-anak hingga dewasa, yaitu program yang khususnya digemari para remaja “THE HITS”. The Hits adalah sebuah program baru di TransTV yang berjenis *variety show* yang menyajikan beberapa adegan atau segmen-segmen unggulan yang dahulunya pernah ada dan kini dikemas secara khusus dengan metode dan cara yang lebih kreatif. The Hits dibagi menjadi beberapa segmen yaitu *live music*, KEPO (Ketemu Pocong), Investigasi Selebriti, *Digital Clip*, Galau,

Genggess, dan *Hits Video*, yang dipandu oleh beberapa host unik dan lucu sehingga acara ini dapat dikemas dengan sangat kreatif dan layak ditayangkan serta ditambah dengan tata lampu, *staging*, ditambah dengan grafis dan animasi.

Menurut peneliti, program ini belum pernah ada di stasiun televisi lainnya. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Dengan mengambil tema masalah yaitu, “Bagaimana Strategi Kreatif Program Acara The Hits Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pemirsa TransTV”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah peneliti paparkan sebelumnya, penulis ingin memfokuskan pada permasalahan tentang **Bagaimana Strategi Kreatif Program Acara The Hits Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pemirsa TransTV?**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini berdasarkan fokus penelitian yang ada adalah sebagai berikut :

- a) Melakukan penelitian studi kasus untuk mengetahui bagaimana tim memproduksi program The Hits yang ditayangkan oleh TransTV
- b) Mengetahui bagaimana strategi kreatif untuk meningkatkan daya tarik program acara The Hits di TransTV

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan TransTV untuk memahami bagaimana strategi kreatif yang telah digunakan untuk perencanaan strategi kreatif dalam pelaksanaan program acara The Hits selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Akademis

Adapun manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Sebagai aplikasi dari teori komunikasi yang telah penulis dapatkan selama perkuliahan.
- Sebagai referensi dan sumber ilmu pengetahuan baru kepada masyarakat yang membaca skripsi ini pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi pada khususnya

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjelaskan latar belakang permasalahan, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini penulis menjelaskan tinjauan pustaka berupa konsep dan teori yang berhubungan dengan masalah pokok penelitian, meliputi : tinjauan pustaka, operasional variable dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini penulis menjelaskan metode yang digunakan, selain desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis. Populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reabilitas instrumen serta analisis data.

BAB IV Analisa Dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan strategi kreatif program acara The Hits dan khalayak targetnya, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan bab IV, maka bab ini penulis menarik suatu Kesimpulan, bagaimana strategi kreatif dalam meningkatkan daya tarik Program acara The Hits dan juga mengacu kepada ilmu komunikasi yang telah dipelajari penulis selama ini.