

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Televisi sebagai salah satu media elektronik. Dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informatif, hiburan dan pendidikan kepada masyarakat luas. Bila dibandingkan dengan radio yang hanya didengar (audibel), televisi jelas mempunyai pengaruh yang lebih kuat dalam kapasitasnya tersebut, karena selain siaran dapat didengar (audibel) dan dapat dilihat (visibel). Siaran televisi juga memiliki sifat-sifat langsung, simultan intim dan nyata (Mulyana, 1997:169).

Di Indonesia pertelevisian berkembang pesat sejak awal tahun 1990 dengan adanya lima stasiun TV swasta seperti TVRI, RCTI, SCTV, ANTEVE, dan INDOSIAR kegiatan komunikasi berkembang luas untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat maka masing-masing stasiun TV berusaha untuk menampilkan berbagai macam program acara yang dapat menarik para pemirsa. Terbukti dengan bermunculan stasiun TV baru seperti TRANS TV, TRANS7, Global TV, LATIVI dan METRO TV. Di penghujung decade 1980-an dan awal decade 1990-an suasana pertelevisian di Indonesia menjadi meriah. Munculnya stasiun swasta ini menguntungkan bagi

berbagai pihak, yakni dengan bertambahnya lapangan kerja dan bervariasinya program acara yang ditayangkan di televisi, sehingga khalayak dihadapkan pada banyak pilihan program acara yang disajikan oleh pengelola stasiun televisi (Effendy, 2000:195). Stasiun televisi yang berformat informasi dan hiburan tersebut saling berlomba menonjolkan tayangan-tayangan yang dinilai memiliki nilai hiburan diantaranya : Film, Komedi, Sinetron dan Game Show.

Program acara pada setiap stasiun televisi swasta tidak akan dapat hidup tanpa adanya loyalitas pemirsa dan iklan. Program-program acara tersebut harus memiliki strategi kreatif dalam pemenuhan tujuan dan sasaran yang dimiliki. Ditambah lagi kompetisi program acara antara stasiun televisi swasta di Indonesia yang semakin gencar dalam meraih keuntungan iklan, meningkatkan dan mempertahankan pemirsanya. Salah satu program acara yang diminati banyak pemirsa dan dijadikan ajang kompetisi adalah *game show*.

“Takashi Castle” adalah program acara *game show* dari Jepang yang sangat populer di Indonesia pada tahun 1990 hingga 2002. “Edan, Nekad, Curang, Sedih, Kalah, Menang, Awas, Lompat, Doakan Aku, Semoga Berhasil!” dan berjuta komentar lainnya muncul spontan dari mulut penonton acara ini. inilah produksi acara *game show*.

*Game show* adalah sebuah acara permainan yang mengadu kemampuan keterampilan, keuletan, dan kesabaran setiap peserta. Demi kemenangan mereka harus diuji setiap langkah melalui jebakan-jebakan dan halang rintang. Setiap

lolos dari jebakan maka peserta akan mendapatkan tambahan nilai (score). Sesekali diselipkan pertanyaan untuk menguji pengetahuan umum.

Berbeda dengan kuis, *Game show* lebih mengandalkan trik-trik jebakan dalam bentuk permainan. Kalaupun ditambahkan unsur kuis didalamnya, hanyalah sebagai bumbu penyedap sekaligus untuk merendahkan dan menahan emosi penonton yang selalu tegang selama permainan.

*Game show* yaitu salah satu jenis program acara non drama atau non fiksi dengan sejumlah kontestan yang direkam secara intensif dalam suatu lingkungan khusus guna bersaing memperebutkan hadiah. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program acara dalam bentuk *game show* adalah Global TV. *Game Show Main Kata* adalah tayangan program terbaru di Global TV. *Game show Main Kata* episode perdana pada tanggal 14 maret 2011, ditayangkan setiap hari senin-jumat pukul 13:00-14:00. Dalam program tersebut terbagi 4 kelompok, masing-masing kelompoknya berjumlah 15 orang yang siap ditantang untuk menguji pengetahuannya tentang penguasaan kata yang benar berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang baik dan benar. Jika mereka berhasil melewati babak-demi babak, mereka akan membawa pulang hadiah jutaan rupiah. Dalam permainan ini para peserta diminta untuk berdiri dalam antrian groupnya masing-masing dan setiap group yang paling sedikit menyisahkan peserta dalam permainan harus meninggalkan permainan dan di nyatakan gugur atau tidak bisa lanjut ke segmen atau kebabak berikutnya. *Game Show Main Kata* berdurasi 60 menit yang terbagi menjadi 5 segmen. Segmen 1 diberi nama Pilih Kata, dalam

segmen 1 ini peserta berbaris sesuai dengan nomer dan kelompoknya masing-masing, 4 peserta dari masing-masing kelompok yang berdiri dibarisan paling depan akan diberikan pertanyaan, setiap peserta diharuskan menuliskan pilihan kata yang benar berdasarkan ejaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, peserta yang menjawab dengan benar dipersilahkan untuk kembali keantrian, namun yang salah harus keluar dan duduk dibangku peserta. Segmen 2 diberi nama Eja Kata, dalam segmen Eja kata ini peserta diminta untuk mengeja jawaban dari pertanyaan yang diberikan host masing-masing kelompok diberikan 2 pertanyaan untuk dieja berdasarkan ejaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, kemudian apabila ada peserta yang salah mengeja kata harus keluar barisan dan yang benar dapat melanjutkan permainan kembali ke segmen berikutnya. Segmen 3 diberi nama Tebak Kata, dalam segmen ini hanya menyisahkan 2 kelompok yang menyisahkan peserta berjumlah paling banyak dalam babak ini, host akan memberikan 15 pertanyaan yang harus dijawab oleh peserta dimulai dari peserta yang berdiri dibarisan paling depan, masing-masing pertanyaan berniali 10 poin, dan kelompok peserta yang mengumpulkan poin paling sedikit harus meninggalkan permainan. Segmen 4 diberi nama Kata Apa, dalam segmen hanya akan tersisa 1 group peserta dalam babak ini, peserta diminta untuk memilih 1 nomer yang berisi 1 katagori dengan 1 huruf. Dari katagori yang telah dipilih, peserta diminta untuk menyebutkan sebanyak-banyaknya kata dari huruf awalan yang diminta dalam waktu 30 detik, dan hanya 1 peserta yang menyebutkan jumlah kata terbanyak yang dapat maju ke babak selanjutnya serta mendapatkan hadiah uang sebesar Rp. 5.000.000,-. Segmen terakhir atau segmen 5 diberi nama

Susun Kata, dalam segmen ini 1 peserta diberikan 7 huruf yang harus dirangkai sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan uang, dalam tiap huruf diberikan poin berdasarkan banyaknya poin yang tiap poin nya bernilai Rp. 100.000,- dan peserta diberikan 3 kesempatan dengan nilai dan waktu yang berbeda. Peserta dituntut semakin menguasai ejaan kata bahasa Indonesia semakin mudah melewati babak demi babak dan dapat membawa hadiah berjuta-juta.

Dalam membuat sebuah program acara televisi *game show* main kata tentunya memerlukan berbagai strategi yang tepat agar mampu meraih satu tujuan yakni pendapatan iklan yang diimbangi dengan rating yang tinggi. Durasi tayang yang cukup panjang yakni berkisar antara 30 menit hingga 60 menit mengharuskan para tim produksi khususnya tim kreatif *game show* main kata harus pandai meracik penayangannya. Sebagian besar program *game show* yang tayang di sejumlah stasiun televisi pasti memiliki kesamaan dalam hal materinya. Namun yang membedakan adalah cara menyajikan berbagai materi *game show* tersebut dalam sebuah kesatuan program acara.

Makanan yang sama tetapi diolah dengan menu yang berbeda, maka akan memberikan pilihan dan ransangan yang lebih, sesuai dengan selera masing-masing (Muda 2005:136). Selain teknik mengolah, cara menghidangkannya juga akan dapat memberikan daya tarik tersendiri. Demikian pula terhadap penyajian materi *game show*. Bila materi sajian dikemas dengan format yang sama tanpa memberikan keunikan tersendiri bagi program tersebut maka akan menghasilkan

materi program sajian yang monoton saja, maka akan dapat menimbulkan kebosanan sehingga memungkinkan untuk ditinggalkan oleh penontonnya.

Stasiun televisi memiliki pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran yang mencakup segmen, target audien melalui program siarannya yang kreatif sebagai televisi swasta sesuai dengan visi, misi dan *image* yang mereka miliki sehingga dapat membedakan dengan stasiun televisi lainnya.

Demikian pula khalayak dalam memilih stasiun televisi mana yang cocok bagi mereka sesuai dengan kebutuhannya. Disini terlihat bahwa strategi kreatif penting dalam suatu stasiun melalui program supaya stasiun televisi tersebut tetap eksis industri pertelevisian sebagai konsekuensi pada pengolahan stasiun televisi yang bersaing dengan ketat dalam menyuguhkan program-programnya yang membidik penonton dengan berbagai segmen.

Itulah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi kreatif program acara *game show* Main Kata di Global Tv. Karena tingkat kepemirsaaan sangat mempengaruhi jatuh bangunnya penyelenggaraan siaran televisi (Fahmi 1997:82). Pemirsa tidak pernah loyal pada satu stasiun televisi, pemirsa hanya loyal pada program acara, maka dari itu masing-masing televisi harus menggali kreativitas menghadirkan program unggulan.

## 1.2 Fokus Penelitian dan Perumusan Masalah

Main kata merupakan salah satu program acara *game show* produksi Global TV. Berbagai kebijakan dalam penyusunan strategi kreatif tentunya harus diterapkan agar memiliki kualitas yang baik dalam proses penayangannya.

Berdasarkan uraian di atas penulis menentukan fokus penelitian yaitu strategi kreatif yang diterapkan dalam program acara *game show* Main Kata di Global TV. Dengan demikian rumusan masalah penelitian penulis yaitu **“Bagaimana strategi kreatif penyajian program acara *game show* Main Kata di Global TV?”**

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah bentuk penjabaran dalam tujuan umum dan tujuan khusus. Berikut penjabarannya.

### 1.3.1 Tujuan Umum

Dalam studi ilmu komunikasi khususnya bidang penyiaran televisi (*broadcasting*), perlu mengetahui bagaimana penerapan strategi kreatif penyajian sebuah program acara *game show* Main kata untuk mencapai keberhasilan produksi sebuah program acara televisi yaitu rating yang tinggi. Dan untuk

mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menerapkan strategi kreatif program acara *game show* Main Kata.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Melakukan sebuah penelitian dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif penyajian yang diterapkan dalam program acara *game show* Main Kata di Global TV.

## **1.4 Paradigma Penelitian**

Dalam melakukan penelitian yang berjudul “Strategi kreatif penyajian yang diterapkan dalam program acara *game show* Main Kata di Global TV”, penulis menerapkan paradigma Non-Positivisme (Kualitatif) dengan pendekatan studi kasus sebagai acuan dasar penyusunan penelitian.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu kepenyiaran (*broadcasting*) untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif yang diterapkan dalam penyusunan program acara *game show* Main Kata di Global TV.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang memproduksi game show Main Kata khususnya tim kreatif dalam pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan. Dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Berisi uraian latarbelakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

### **BAB II Kerangka teori**

Berisi uraian Tinjauan Pustaka, Komunikasi, Pengertian Komunikasi, Unsur Komunikasi, Bentuk Komunikasi, Komunikasi Massa, Pengertian

Komunikasi Massa, Fungsi Komunikasi Massa, Media Komunikasi, Pengertian Media Komunikasi, Jenis Media Komunikasi, Fungsi Media Komunikasi, Televisi, Pengertian Televisi, Fungsi Televisi, Karakteristik Televisi, Pengertian Program Acara Televisi, Program Acara Televisi, Pengertian Program Acara Televisi, Jenis Program Acara Televisi, Game Show, Strategi Kreatif Penyajian Program Acara *Game Show*, Target Audience dan Jam Tayang, Kerangka Pemikiran.

### **BAB III Metode Penelitian**

Berisi uraian, Desain Penelitian, Unit Analisis, Instrumen, Reliabilitas Data, Informan dan Key Informan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data.

### **BAB IV Gambaran Umum**

Bab ini menggambarkan subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

### **BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.