BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi adalah suatu yang sudah sangat familiar dalam beberapa dekade terakhir ini. Banyak acara dibuat untuk memenuhi kebutuhan informasi atau hanya sekedar memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat dan kedua hal tersebut disampaikan dengan menggunakan media televisi tersebut. Acara-acara tersebut pun disusun dalam format-format yang variatif sehingga dapat menarik banyak penonton yang juga memiliki banyak minat dan selera. Berota, music komedi, dan kuis merupakan sedikit contoh dari macam-macam jenis acara yang ditayangkan lewat media televisi.

Selain beberapa jenis acara yang telah disebutkan diatas, ada salah satu lagi jenis acara yang sering dilewatkan untuk dibahas oleh banyak pihak yaitu jenis acara kuliner. Acara kuliner merupakan acara yang berhubungan dengan makanan atau masakan. Proses pemerolehan bahan , proses memasak, hingga penilaian kualitas suatu makanan merupakan beberapa hal yang sering dijadikan konten suatu acara kuliner. Minta peneliti dikhususkan pada salah satu acara kuliner yaitu *Master Chef Indonesia season 4* yang ditayangkan di RCTI setiap hari sabtu dan minggu. Acara tersebut merupakan kompetisi memasak yang di ikuti oleh usia dewasa antara 18 tahun hingga 45 tahun dengan dua orang juri serta bebrapa koki tamu di sejumlah episode khusus.

Perhatian utama peneliti terletak pada strategi tim kreatif dalam menciptakan suatu program acara yang sangat menarik serta di minati oleh masyarakat.

Master chef Indonesia merupakan acara kuliner yang profesional oleh karena seorang tim kreatif lah yang sangat berperan penting dalam mengemas bagaimana konsep acara tersebut terlihat menarik dan selalu berbeda pada setiap segmen dan episodenya serta memiliki daya saing yang tinggi terhadap stasiun TV lainnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul.

“Strategi Tim kreatif dalam mengemas konsep program acara untuk produksi Master Chef Indonesia season 4 Di RCTI.”

1.2 Rumusan masalah

Dari latar belakang maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Strategi Tim kreatif dalam mengemas konsep acara Master Chef Indonesia season 4.”

1.3 Tujuan penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, tujuan yang ingin digambarkan oleh penulis yaitu menciptakan kreatifitas dalam membuat suatu acara program unggulan yang nantinya akan menarik dimata penonton.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, diharapkan peneliti ini dapat menambah dan meningkatkan pengetahuan tentang strategi tim kreatif dalam mempertahankan program acara Master Chef Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran dalam hal penelitian yang mengukur tentang stratgi tim kreatif dalam mempertahankan suatu program acara.
3. Bagi Universitas Esa Unggul, penelitian ini diharapkan menjadi sebuah pengetahuan yang dapat dibaca dan dianalisa kembali oleh mahasiswa Universitas Esa Unggul.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran terhadap betapa pentingnya keberadaan tim kreatif dalam suatu program acara televisi. Mulai dari menentukan ide acara program hingga tayangan program tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan perkuliahan di sarjana Ilmu komunikasi Jurusan Broadcasting Universitas Esaunggul Jakarta, dan sebagai bentuk apalkasi dari teori komunikasi yang telah penulis dapatkan dari perkuliahan hingga untuk kedepannya bisa diterapkan dalam dunia kerja yang sebenarnya dan dapat membrikan gambaran scara nyata baha kreativitas adalah kunci dari keberhasilan sebuah program acara.

1.5 Sistematika Penelitian

Skripsi ini berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi menjelaskan latar belakang, Rumusan Masalah, Tinjauan Pustaka, manfaat penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II Landasan Teori Bab ini berisi tentang landasan Teori.

BAB III Metode Penelitian

BAB IV Hasil Penelitian

Berisi tentang subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V Penutup Berisi kesimpulan dan saran.