

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makhluk sosial memang merupakan istilah yang sangat tepat untuk manusia, yang berarti setiap manusia tidak dapat hidup sendiri dan sangat dianjurkan untuk dapat berkomunikasi dengan baik disekitarnya. Dalam kehidupan sosial, komunikasi merupakan hal yang utama yang harus selalu dikembangkan, karena dengan berkomunikasi setiap individu diharapkan mampu untuk saling memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Menurut Laswell (Suprpto,2011:5), komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Di zaman yang semakin berkembang ini, proses kegiatan kehidupan sosial pun semakin mengalami perubahan dan perkembangan yang cukup pesat. Salah satunya yaitu dengan adanya peranan penting media dalam kegiatan proses komunikasi. Media merupakan sarana yang semakin dibutuhkan manusia dalam proses kehidupannya, media bukan hanya digunakan untuk berkomunikasi namun juga untuk mendapatkan berbagai macam informasi luas. Media massa terdiri dari media elektronik seperti televisi dan radio, dan media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lain sebagainya. Dari beberapa media yang telah disebutkan

tersebut, televisi adalah salah satu media yang efisien untuk memberikan informasi kepada komunikan dengan jumlah yang lebih besar dan lebih cepat dibandingkan dengan media yang lainnya, dengan kekuatan menyampaikan informasi melalui audio visual dan jangkauan yang luas.

Televisi adalah salah satu bentuk media massa yang selain mempunyai daya tarik yang kuat, disebabkan unsur-unsur kata, musik dan *sound effect*, juga memiliki keunggulan yang lain yaitu unsur visual berupa gambar hidup yang menimbulkan pesan yang mendalam bagi pemirsanya, (Effendi, 2004:192). Media televisi adalah salah satu sarana hiburan ataupun transfer ilmu pengetahuan yang ada pada masa sekarang ini. Sebagian masyarakat kita sudah menganggap bahwa televisi merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Media televisi juga merupakan sarana komunikasi massa yang menjadi salah satu faktor terbesar terjadinya perubahan terhadap tingkah laku, pola fikir dan cara kehidupan masyarakat.

Setiap stasiun televisi mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing, mereka berlomba-lomba menyuguhkan tayangan-tayangan yang membuat pemirsanya tidak ingin beranjak dari stasiun televisi tersebut. Mereka menayangkan program-program acara televisi yang unik, menarik, informatif dan diharapkan mampu untuk membesarkan nama stasiun televisi tersebut.

Berbagai program acara yang disajikan oleh stasiun televisi di Indonesia, hampir beberapa memiliki kesamaan dalam konten, pengemasan dan juga jam tayangnya, meskipun mereka tetap mempunyai ciri khas yang diunggulkan masing-masing. Dan saat ini program yang sudah ada dunia pertelevisian Indonesia adalah Program pencarian bakat (*reality show*) seperti *The Voice*, *Idola Cilik*, *D'Academy 3*, *Ninja Warrior* dan yang lainnya.

Program *reality show* sesuai dengan namanya, maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. jadi, menyajikan situasi sebagaimana apa adanya. dengan kata lain, program ini mencoba menyajikan suatu keadaan yang nyata (*real*) dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa. namun pada dasarnya *reality show* tetap merupakan permainan (*game*). Popularitas program *reality show* sangat menonjol belakangan ini. Program *reality show* adalah suatu acara yang menunjukkan kekuatan bakat sesuai dengan tema yang diangkat oleh acara tersebut. *Reality show* merupakan konsep program televisi yang mencari bakat-bakat terbaik di negeri ini.

Program acara *The Voice Indonesia* merupakan salah satu program acara *reality show* yang diadakan untuk mencari bibit-bibit penyanyi mulai dari kalangan remaja hingga dewasa. Menjadi wadah ekspresi dan eksplorisasi bakat-bakat penyanyi berbakat Indonesia yang memiliki karakter masing-masing yang khas, tentunya menjadi sangat menarik dengan munculnya bibit-bibit musisi baru yang diharapkan mampu untuk bersaing dan membawa nama baik bangsa di industri musik bukan hanya di Indonesia namun juga di internasional nantinya.

Untuk lebih mendukung konten program acara tersebut, maka The Voice Indonesia dibuat dan dikemas dengan konsep menarik, *elegant*, dan juga *spectacular*. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat luas bahwa program acara The Voice bukanlah ajang pencarian bakat biasa, dan tentunya berbeda dari *reality show* lainnya. Para pemirsa yang menonton acara ini pun diharapkan mampu merasakan atmosphere dan euphoria yang ditampilkan selama berlangsungnya acara tersebut.

RCTI menghadirkan program-program pencarian bakat menyanyi nomor satu di dunia. Dengan kemasan berbeda, The Voice Indonesia hadir untuk menghibur para pemirsa dan melahirkan bibit-bibit musisi baru yang siap bersaing di industri musik. Director of Programming & Production RCTI Dini Putri mengatakan bahwa The Voice Indonesia bakal mencari suara terbaik di Indonesia. Acara ini juga akan dikemas lebih unik dengan format serta kemasan acara yang terbilang berbeda dari *singing competition* lainnya akan menjadi keistimewaan tersendiri dan tentunya menarik untuk disaksikan pemirsa setia RCTI.

The Voice Indonesia merupakan ajang pencarian bakat yang berbeda, dengan pemilihan kontestan dan juri yang lebih berkualitas. The Voice Indonesia diharapkan akan menjadi program acara yang selalu dinanti penayangannya, serta mampu menjadi program acara *reality show* yang berkelas, bermanfaat, serta menghibur masyarakat Indonesia yang menontonnya. The Voice Indonesia menghadirkan 4 *coaches* yang sudah malang melintang di dunia musik Indonesia. Mereka

adalah Agnez Mo, Kaka Slank, Ari Lasso dan Judika. Tidak hanya itu, program acara pencarian bakat ini juga di pandu oleh Host papan atas Indonesia yaitu Daniel Mananta yang memiliki karakter sesuai genre program The Voice Indonesia tersebut. RCTI menayangkan episode pertama *Blind Audition* pada Jumat, 26 Februari 2016, mulai pukul 21.00 WIB. The Voice Indonesia kemudian akan ditayangkan setiap pekan, pada hari Jumat dan Sabtu pukul 21.00 WIB.

Program *reality show* sekarang ini mulai diselipkan unsur hiburan, karena masyarakat lebih suka kompetisi yang ceria, menghibur dan tidak menjadikan program itu berat untuk dinikmati. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, dewasa ini program *reality show* sudah mulai berkembang dan banyak digemari. Diantara sekian banyak, salah satunya adalah The Voice Indonesia yang tayang di RCTI. Tanggal 24 Agustus 1989 sebuah catatan penting digoreskan dalam lembaran sejarah pertelevisian Indonesia, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, RCTI, mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dan pembaharu dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia. RCTI merupakan singkatan dari Rajawali Citra Televisi Indonesia, Sebagai televisi swasta pertama di Indonesia RCTI dikenal sebagai televisi hiburan yang menayangkan berbagai program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik. Salah satu program andalannya adalah *reality show* “The Voice Indonesia” .

Dalam bukunya yang berjudul *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*

(2015:175) Andi Fachruddin mengatakan bahwa

“Salah satu program nonfiksi yang memiliki *audience share* fantastik adalah *reality show*. Program *reality show* yang berkembang pesat pertama kali di Inggris awal tahun 1990 adalah genre acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa scenario, dengan pemain yang umumnya khalayak umum niasa, bukan *public figure* sehingga biaya produksinya efektif dan efisien.”

Menurut Sony Set (2008), dalam buku *Menjadi Perancang Program Televisi*

Profesional, (2008:185)

“*Reality show* adalah jenis tayangan yang menampilkan aktivitas nyata dari pembawa acara dan segala aspek pendukung acara (talent, objek, lokasi, situasi, dramatika). Walaupun berbasis kenyataan, *reality show* membutuhkan penanganan tersendiri dari para kreatornya, memolesnya menjadi tayangan yang menarik dan memasukkan beberapa unsur dramatis. Fakta dan data mengatakan jenis tayangan *reality show* adalah tayangan televisi terbanyak setelah tayangan berita yang dibuat di muka bumi ini.”

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi produser dan tim kreatif dalam program *The Voice Indonesia*. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Produser dan Tim Kreatif Dalam Proses Program *The Voice Indonesia* di RCTI dalam Pencarian Bakat Tarik Suara**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka timbul rumusan masalah penelitian penulis adalah “Bagaimana strategi Produser dan tim Kreatif dalam proses pengemasan program pencarian bakat The Voice Indonesia ?”

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 dalam Ajang Pencarian Bakat pada program The Voice Indonesia .

1.3.2 Tujuan Khusus

Melakukan sebuah penelitian dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui bagaimana membentuk strategi kreatif untuk program The Voice Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1.4.1 Secara 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*) dalam ranah kreatif untuk sebuah program *reality show* di televisi.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi program *reality show* The Voice Indonesia. Disamping itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan kepada pelaku dunia pertelevisian terutama RCTI untuk lebih meningkatkan kreatifitas dalam format dan jenis penyajian sebuah program *reality show*, serta dapat lebih memberi inspirasi dan membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun skripsi ini, tersusun dengan sistematik sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Manfaat Penelitian
- 1.5 Sistematika Penulisan

BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. Berisi uraian teoritik mengenai variabel-variabel yang diteliti lengkap dengan tinjauan pustaka, operasional variabel, kerangka pemikiran dan penelitian.

- 2.1 Komunikasi
- 2.2 Komunikasi Massa
- 2.3 Media Massa
- 2.4 Televisi
- 2.5 Program Televisi
- 2.6 *Reality Show*
- 2.7 Strategi
- 2.8 Kreatif
- 2.9 Promo On Air

- 2.10 Tarik Suara
- 2.11 Tim Produser
- 2.12 Tim Kreatif
- 2.13 The Voice Indonesia
- 2.14 Kerangka Pemikiran

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang paradigma penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, desain penelitian, unit analisis, key informan, teknik pengumpulan data, instrument, analisis dan triangulasi data.

- 3.1 Pendekatan Penelitian (kualitatif)
- 3.2 Metode Penelitian Studi Kasus
- 3.3 Desain Penelitian
- 3.4 Unit Analisis
- 3.5 Key Informan
- 3.6 Informan
- 3.7 Sumber Data
- 3.8 Tempat dan Waktu Penelitian
- 3.9 Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian
- 3.10 Teknik Pengumpulan Data
- 3.11 Instrument
- 3.12 Keabsahan Data

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan penulis dan pembahasannya.

- 4.1 Gambaran Perusahaan
- 4.2 Reality Show
- 4.3 Program-Program RCTI
- 4.4 Laporan Penelitian
- 4.5 Strategi
- 4.6 Proses Produksi
- 4.7 Faktor Pendukung
- 4.8 Hasil Penelitian

BAB V Penutup

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan dan saran.

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran