

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media massa memiliki peran penting. Setiap manusia membutuhkan media massa sebagai sumber informasi dan televisi masih menjadi salah satu media utama dalam masyarakat, karakteristik televisi yang bersifat terbuka dan menjadi media yang paling berpengaruh bagi kehidupan masyarakat.

Effendi 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)

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

Keunggulan media televisi yang actual dan kecepatan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa dan informasi yang disajikan dengan audio dan visual untuk mendukung kemas siaran. Media ini masih dipilih masyarakat karna tidak ada batasan usia dalam penggunaan media ini, televisi membebaskan penonton dalam memilih saluran

yang diinginkan dari berbagai program acara yang disajikan oleh banyaknya stasiun yang menawarkan program berita yang bersifat informasi, program hiburan, dan program yang bersifat mendidik, menjadikan media televisi unggul dari media massa lainnya.

Setiap stasiun televisi memiliki peran dan fungsi yang sama, pada umumnya televisi berperan sebagai media penyampaian pesan kepada masyarakat luas secara bersamaan dalam waktu yang serentak, sedangkan fungsinya, yakni memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk.

Setiap stasiun televisi mempunyai isi program yang beraneka ragam dan mengikuti perkembangan zaman. Tayangan program televisi seperti game show, reality show, variety show, talkshow, infotainment, sinetron, film bahkan iklan dapat mengubah dan mengatur life style khalayak itu sendiri secara sadar atau pun tidak. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan peraturan yang berlaku.

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.

Saatini Trans Tv, sebagai televisi swasta lokal telah melengkapi tayangannya dengan berbagai informasi dan hiburan setiap harinya disesuaikan dengan karakteristik. Program-program acara yang disajikan Trans Tv sangat bermacam-macam dan sangat variatif. Trans Tv berusaha membuat program acara yang lebih kreatif dibandingkan dengan stasiun televisi lokal bahkan televisi jaringan yang lain.

Menurut Andi Fachruddin dalam buku *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi* (2015: 167) Program Game Show salah satu program yang masuk unggulan pada stasiun televisi di Indonesia. 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 rintangan-rintangan.

Beragam trik-trik harus dilakukan dalam program game show, sehingga menimbulkan reaksi spontanitas dari peserta hingga penonton di studio maupun audien dirumah, seperti: gembira, sedih, lucu, curang, memang, kalah, terkejut dan lain sebagainya.

*Mission X* adalah program reality game show dari Trans TV. *Mission X* akan menampilkan 6 atau 8 agent beraksi menyelesaikan misi, mereka akan dibagi dalam 2 tim Merah vs tim Biru yang di ketuai oleh Kapten masing-masing Tim. Kapten dan anggota agent yang akan berbeda-beda disetiap episodenya ini akan menghadapi berbagai tantangan yang terbagai dalam 4-5 misi. Dan masing-masing kompetisi ini akan berakhir dengan hadiah dan hukuman.

Acara ini merupakan adaptasi dari game variety show asal Korea Selatan, Running Man. Running Man merupakan sebuah Variety Show Korea Selatan berisi berbagai permainan atau misi yang berbeda setiap episodenya dan dimainkan oleh tujuh pemain inti. Running Man sudah berjalan dari tahun 2010 dan sudah mencapai 235 episode. Program ini tidak hanya melakukan syuting di Korea Selatan, tetapi juga di berbagai Negara seperti China, Thailand, Hong Kong, Singapura, Australia bahkan tahun 2014 Running Man mengunjungi Indonesia.

Acara Mission X tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 10.45 WIB. Mission X pertama kali ditayangkan pada tanggal 29 September 2013, pukul 19.00 WIB, menggantikan reality game show Best of Super Trap.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk meneliti “*Strategi Kreatif Program Mission X di Trans Tv Dalam Menyajikan Program Game Show yang Menarik Untuk Pemirsa*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan di atas, maka dapat di kemukakan perumusan masalah dalam peneliti ini yaitu : Strategi Kreatif Mission X di Trans TV Dalam Menyajikan Program Game Show yang Menarik Untuk Pemirsa.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja yang hendak dilakukan oleh tim kreatif untuk membuat acara “Mission X” menjadi tayangan yang menarik di televisi.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan Khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya tim kreatif Mission X agar bisa menjadi program yang menarik pemirsa untuk menonton dibandingkan dengan program lainnya di televisi lain.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Menambah pengetahuan tentang bagaimana upaya tim kreatif khususnya dunia broadcasting
2. Mengetahui bagaimana tim kreatif menyajikan program yang menarik bagi khalayak yang menonton acara tersebut

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi peneliti, manfaat penelitian ini adalah untuk menambah wawasan tentang upaya tim kreatif dalam suatu acara di televisi. Serta dapat mengaplikasikan bagaimana teori-teori yang dapat dipelajari selama ke dunia kerja.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab, yakni sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini menguraikan tentang penjelasan teori komunikasi, televisi, strategi kreatif, program mission x, kerangka pemikiran.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, sifat penelitian, unit penelitian, sumber penelitian, informan, key informan, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang subjek penelitian, hasil penelitian, uji hipotesis dan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi 2 sub bab utama yaitu kesimpulan dan saran.