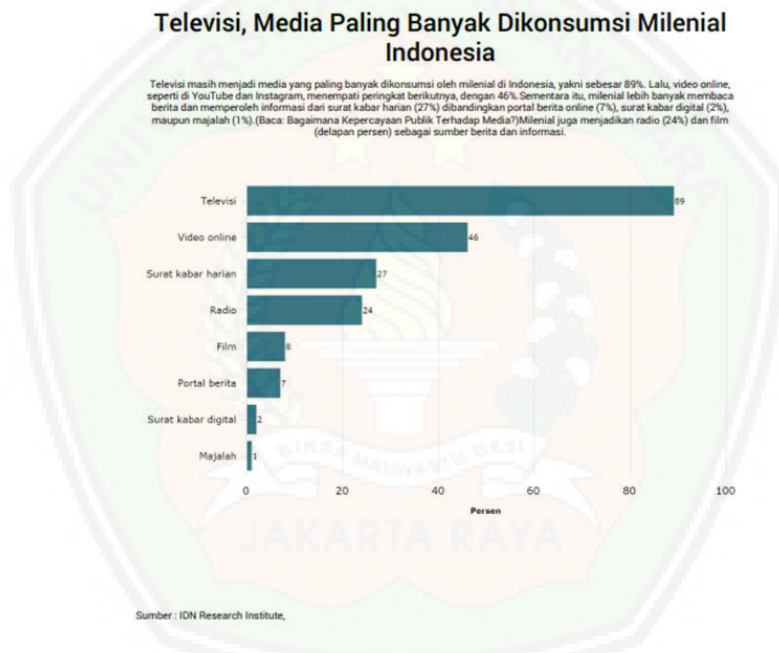


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wajah layar kaca di Indonesia kian hari kian beragam. Semakin variatifnya program televisi yang disuguhkan kepada khalayak telah memunculkan persaingan antarmedia televisi (Haronas & Yousep, 2017). Tak hanya antar stasiun televisi, persaingan di industri ini juga melebar ke ranah media digital. Meski begitu, televisi hingga kini masih memiliki penonton setia.



Gambar 1.1. Grafik Jumlah Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia.

(Sumber : Databoks.Katadata.co.id, 2020).

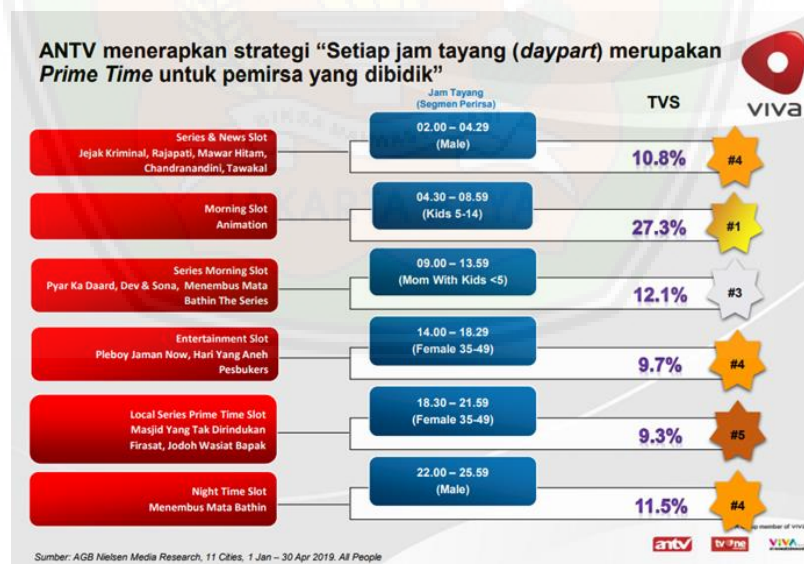
Dapat dilihat dari databoks.katadata.co.id, Andrea Lidwina sebagai penulis menyampaikan bahwa televisi masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh milenial di Indonesia, yakni sebesar 89%. Lalu, video *online*, seperti di YouTube dan Instagram, menempati peringkat berikutnya, dengan 46%. Sementara itu, milenial lebih banyak membaca berita dan memperoleh informasi dari surat kabar harian (27%) dibandingkan portal berita *online* (7%), surat kabar digital (2%), maupun majalah (1%). Milenial juga menjadikan radio (24%) dan

film (delapan persen) sebagai sumber berita dan informasi (Sumber: Databoks.Katadata.co.id).

Untuk mempertahankan jumlah penonton, stasiun televisi berlomba merancang beragam program acara. Salah satu program acara yang memperkaya layar kaca Indonesia adalah Pesbukers. Program acara Pesbukers merupakan program *variety show* yang ditayangkan oleh ANTV dan di dalamnya terdapat konsep komedi. Melihat adanya keuntungan di program Pesbukers, ANTV terus berusaha mempertahankan program ini tayang secara berkelanjutan.

Pesbukers tayang setiap Senin – Jum’at secara *live* pada pukul 16:00 WIB, dengan durasi tayang dua (2) jam. Pesbukers diisi berbagai macam segmen yang sudah diatur dengan baik dan dilengkapi lawakan – lawakan yang diperankan oleh artis ternama serta bintang tamu yang berbeda setiap harinya.

Pada tahun 2013, 2014, 2015, dan 2016, program acara Pesbukers mendapatkan penghargaan berturut – turut selama empat tahun di ajang *Panasonic Gobel Awards* dengan kategori program komedi/lawak (Sumber: Detik.com).



Gambar 1.2. Data Program ANTV

(Sumber: AGB Nielsen Media Research, 1 Jan – 30 Apr, 2019).

Program acara *variety show* seperti Pesbukers banyak digemari oleh masyarakat karena tujuannya adalah untuk menghibur masyarakat. Namun, untuk

memproduksi program *variety show* tidaklah mudah. Untuk menciptakan suatu program komedi membutuhkan artis - artis yang sudah mempunyai pengalaman agar penonton yang melihat program tersebut tidak mudah bosan. Kebosanan penonton bisa membuat *rating* program menjadi turun.

Variety show merupakan program yang penuh dengan ide-ide menarik dimana terdapat berbagai macam konsep acara dalam satu program tunggal. Musik, tari, komedi, *talkshow*, digabung dalam satu benang merah pada suatu program acara yang biasanya dipandu oleh *host* atau presenter. Jenis tayangan ini menyajikan berbagai macam konsep, biasanya identik dengan musik dan pertunjukan – pertunjukan lainnya sebagai acara pendukung (Haronas & Yousep, 2017).

Sebagai program bergenre *variety show*, Pesbukers juga diisi dengan beragam konten, seperti kuis, informasi mengenai berita terkini, dan komedi. Komedi dalam Pesbukers berisi lawakan – lawakan yang dibawakan oleh para artis. Selain itu, program Pesbukers juga dirancang sedemikian rupa dengan menggunakan banyak properti guna mendukung tema tiap episode. Perbedaan tema di setiap episode bertujuan agar penonton tidak mudah bosan.

Rating program Pesbukers dengan seiring berjalannya waktu sempat merosot, sehingga sempat tidak tayang selama kurang lebih tiga (3) bulan, yaitu pada bulan November 2018 sampai dengan Januari 2019. Pesbukers kembali tayang pada bulan Februari 2019.

Tidak tayangnya program acara Pesbukers memiliki kerugian, seperti yang jelaskan oleh Eko Patrio bahwa pada saat program Pesbukers yang digarap dibawah manajemen Komando berhenti tayang sementara mengalami kerugian besar (Sumber: Wartakotalive.com).

Tak hanya karena turunnya *rating*, Pesbukers juga pernah berhenti tayang untuk sementara akibat adanya teguran KPI (Komisi Penyiaran Indonesia). Penghentian tayangan tersebut terjadi di tahun 2019. Program pesbukers tayang kembali di tahun 2020 dengan tidak hanya menampilkan sketsa komedi, tapi juga menghadirkan beberapa segmen baru, yaitu BUCIN (Buruan Ceritain), BOBA (Boleh di Coba, Boleh Bicara) dan JALI – JALI (Jadi Beli, Gak Jadi Beli)

(Sumber: Wartakotalive.com). Selain penghentian sementara, KPI juga memberikan teguran tertulis kepada Pesbukers. Teguran KPI diberikan karena kesalahan yang dianggap melanggar aturan P3SPS. Misalnya, terdapat dialog yang kurang baik dari pemain, sehingga pihak KPI menegurnya agar tidak terjadi lagi. Berdasarkan data dari website KPI, Pesbukers mendapatkan teguran tertulis sebanyak 5 kali dalam kurun waktu 2018 – 2019 (Sumber: Kpi.go.id). Teguran kepada Pesbukers juga pernah dilayangkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia), akibat tidak disiplinnya artis pada saat memerankan terdapat omongan yang kurang sopan (Sumber: Akurat.Co).

Turunnya *rating* program dan adanya sanksi dari KPI dan MUI, menjadi tantangan bagi produser program Pesbukers. Produser harus bisa mencari solusi agar programnya tetap terus berjalan dan selalu diminati masyarakat.

Produser adalah seseorang yang ditunjuk mewakili *executive producer* untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh *executive producer*. Dalam pelaksanaan tersebut, produser harus memiliki ilmu pengetahuan tentang program televisi, dapat menuangkan kemampuan ide, gagasan kreatifitasnya dalam pembuatan program radio dan televisi atau mampu melakukan koordinasi, kontribusi dan distribusi produk secara sistematis, efektif dan efisien.

Saat mengembangkan gagasan, produser bekerja dalam tim, yang berisi *scriptwriter*, *production assistance* (PA), maupun *talent*. Gagasan tersebut digodok dan dikembangkan terutama saat membuat rundown acara sebelum syuting atau lazim disebut *brainstorming*. *Brainstorming* ini masuk dalam kategori *pre-production* atau yang dalam bahasa Indonesia disebut sebagai pra-produksi (Brillianto, 2016). Dalam proses pra-produksi ini, produser harus mengetahui siapa yang menjadi penonton programnya, mengatur jumlah durasi yang digunakan, serta konsep seperti apa saja yang akan digunakan, untuk membuat keputusan agar penonton tertarik dan selalu menonton program tayangan Pesbukers. Di sinilah dibutuhkan kemampuan kreatif dari seorang produser. Selain harus kreatif dan memiliki kemampuan administratif, produser juga harus punya kemampuan mengelola tim, presentasi di depan klien, dan mengambil keputusan dengan cepat (Brillianto, 2016).

Tak hanya itu, Produser juga wajib memiliki kemampuan administratif. Produser dituntut untuk profesional dalam mengelola jadwal syuting, *budgeting*, termasuk kontrak artis, surat – menyurat dan pembuatan proposal. Jika produser tidak menguasainya, sudah pasti manajemen waktu dan pelaksanaan syuting program akan terbengkalai. Akibatnya, proses pra- produksi hingga paska-produksi akan berantakan.

Strategi perlu dilakukan pada saat program sedang dijalankan memiliki permasalahan seperti naik turunnya *rating* akibat kesalahan yang sering dilakukan oleh para pemeran terlalu berlebihan sehingga mendapatkan teguran dan membuat program tersebut harus bisa mengubah ide/konsep agar tetap tayang kembali dengan sesuatu yang baru.

Seorang produser mempunyai tugas dan tanggung jawab yang besar seperti menciptakan dan mengembangkan ide untuk produksi acara radio/televisi, membuat desain produksi, menentukan tim kreatif, menentukan satuan kerja produksi, bersama dengan pengarah acara memilih dan menentukan pengisi acara, menyusun anggaran biaya produksi, melakukan koordinasi, promosi dan publikasi, serta melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani (Tommy, 2013).

Melihat pentingnya kreatifitas dan peran produser bagi kelangsungan sebuah program, peneliti ingin melakukan penelitian tentang bagaimana strategi kreatif seorang produser dalam mempertahankan program acara Pesbukers agar tetap diminati masyarakat.

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan cara wawancara dengan produser yang bersangkutan. Maka yang akan peneliti wawancarai dan peneliti tanyakan kepada produser program acara pesbukers yaitu, bagaimana strategi kreatif yang dilakukan seorang produser agar program acara Pesbukers ANTV selalu eksis dan bertahan meskipun banyak penilaian yang terkadang kurang baik, serta ide atau konsep baru apa yang ingin diberikan agar penonton tidak bosan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi seorang produser dalam mempertahankan program

acara pesbukers di stasiun televisi. Dengan demikian, penulis melakukan penelitian dengan judul penelitian: **STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM ACARA PESBUKERS ANTV.**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah kegiatan produser dalam mencari suatu solusi melalui strategi kreatif yang digunakan pada program acara Pesbukers ANTV.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas, pertanyaan penelitian yang dapat diajukan adalah:

- 1) Bagaimana jenis isi media (*types of content*) dalam mempertahankan eksistensi program Pesbukers?
- 2) Bagaimana jenis khalayak sasaran (*types of audience*) dalam mempertahankan eksistensi program Pesbukers?
- 3) Bagaimana modal (*capital*) yang digunakan dalam mempertahankan eksistensi program Pesbukers?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui jenis isi media (*types of content*) dalam mempertahankan eksistensi program Pesbukers.
- 2) Mengetahui jenis khalayak sasaran (*types of audience*) dalam mempertahankan eksistensi program Pesbukers.
- 3) Mengetahui modal (*capital*) yang digunakan dalam mempertahankan eksistensi program Pesbukers.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah ilmu komunikasi mengenai strategi media dalam mengemas suatu program acara televisi yang dapat dilihat dari perencanaan strategi pada program media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara Praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran bagi mahasiswa dan mahasiswi yang ingin terjun kedalam dunia pertelevisian, dan mengetahui strategi yang digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan program acara televisi.

