

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia pertelevisian untuk saat ini menjadi salah satu jenis media massa yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap kehidupan manusia dalam hidup bersosial. Hal ini dikarenakan adanya sifat dasar dari siaran televisi itu sendiri, yaitu selain hanya bisa didengar namun memiliki sifat-sifat dasar lainnya seperti langsung, simultan, intim, dan juga nyata Schultze (1985:23). Segala kelebihan yang disuguhkan oleh televisi menghasilkan televisi sebagai media massa yang mampu memberikan daya ingat yang lebih efisien terhadap masyarakat yang menggunakannya.

Dari hal ini dapat membuktikan bahwa televisi mampu menguasai dan menarik perhatian publik baik secara geografis maupun sosiologis. Seperti penjelasan menurut Schultze (1985:24) “Televisi sebagai salah satu media informasi elektronik, saat ini sudah menjadi kebutuhan yang biasa untuk dinikmati setiap hari”. Penjelasan dari Schultze ini terbukti bahwa hampir setiap rumah sudah pasti mempunyai televisi. Para antropolog yang mempelajari sisa-sisa kebudayaan abad-20 menyatakan bahwa masyarakat saat ini dikategorikan sebagai penonton televisi terbesar, yang artinya televisi merupakan alat media massa yang telah mendominasi waktu luang manusia.

Dilihat dari sejarahnya penemuan televisi telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para ilmuwan pada akhir abad-19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta penemuan Marconi, yang dilakukan pada tahun 1890. Paul Nipkow dan William Jenkins, mereka berdua mencoba bereksperimen dan akhirnya melalui eksperimennya mereka menemukan metode pengiriman gambar yang dilakukan melalui kabel (Heibert, Ungrait, Bohn, pada Komala dalam Karlinah:1999). Televisi sendiri digunakan sebagai pesawat transmisi yang dimulai pada tahun 1925, pada saat itu dilakukan dengan menggunakan metode mekanikal dari Jenkins. Lalu pada tahun 1928 *General Electronic Company* mulai menyelenggarakan acara siaran televisi secara regular, yang dilakukan pada tahun 1939 yaitu Presiden Fanklin D. Roosevelt

tampil di layar televisi. Sedangkan siaran televisi komersial yang dilakukan di Amerika mulai pada tanggal 1 September 1940 Ardianto (2004:126).

Sejarah singkat televisi Indonesia adalah sebuah stasiun televisi yang dapat dinikmati di Negara Indonesia berjumlah 18 televisi diantaranya 1 televisi pemerintah dan 17 televisi swasta. Televisi Republik Indonesia di perkenalkan pada tahun 1962 yang bertepatan dengan acara Asian Games IV di Jakarta. Televisi pertama yang dimiliki Indonesia adalah Televisi Republik Indonesia (TVRI) diresmikan oleh Soekarno pada 24 Agustus 1962. TVRI sendiri merupakan stasiun televisi pertama dan tertua di Indonesia, tak hanya itu TVRI merupakan satu-satunya televisi yang jangkauannya mencapai seluruh wilayah Indonesia.

Perkembangan media televisi yang kian hari semakin besar, menimbulkan pola-pola kehidupan rutinitas manusia yang sebelum adanya kemunculan televisi menjadi berubah total setelah televisi itu hadir. Menurut Effendy (1993:23) televisi merupakan media massa dengan ciri-ciri antara lain televisi sendiri dimiliki komunikasi massa, berlangsung satu arah, komunikatornya yang melembaga, pesannya yang disampaikan bersifat umum, sasarannya yang membentuk keserempakan, komunikannya yang bersifat heterogen, dan terakhir memiliki tiga fungsi dasar yaitu fungsi penerangan, fungsi pendidikan, dan fungsi hiburan.

Dengan perkembangan yang semakin membesar, persaingan pertelevisian pun tak bisa di hindari. Di era sekarang, persaingan dalam dunia pertelevisian di Indonesia semakin kompetitif dan kompleks. Persaingan ini melibatkan antara Televisi Republik Indonesia (TVRI) dengan Televisi Swasta yang bersiaran secara nasional. Televisi Republik Indonesia (TVRI) sendiri menghadapi permasalahan yang cukup serius yaitu dari segi SDM yang kekurangan dibanding dengan crew stasiun TV swasta. Karena dengan adanya SDM yang banyak dan mumpuni didalam bidangnya, sudah pasti TV swasta lebih unggul dalam prospek penyiaran program televisi. Namun dengan kekurangan yang ada, TVRI tetap mampu untuk memproduksi program-program yang menjadi *role model* di beberapa acara TV swasta.

Namun di tengah ketatnya persaingan untuk memperoleh minat penonton, hal ini juga membuat televisi swasta mempunyai kelemahan yang seharusnya dapat

dihindari namun mereka tetap saja memproduksi tayangan-tayangan yang kurang mendidik dan kurang berkualitas bagi tumbuh kembang masyarakat. Dari segi inilah TVRI juga bisa dinilai lebih unggul, karena sudah dipastikan TVRI berdiri untuk mencerdaskan generasi bangsa. Maka dengan misi mencerdaskan generasi bangsa inilah TVRI memproduksi program-program yang pastinya mendidik dan berkualitas bagi penonton.

Lalu dengan Perkembangan dan perubahan yang ada di media televisi, baik dalam program acaranya, dalam peningkatan teknologi barunya, maupun dalam penyajian informasi beritanya telah menawarkan cara-cara serta nuansa-nuansa baru bagi publik dalam pemanfaatan media televisi di masa yang akan mendatang. Maka dari itu, seiring dengan perkembangan televisi, dalam hal teknologi, program acara dan penyajian informasi berita, para pemirsa televisi secara terus menerus akan senang untuk menunggu inovasi yang dilakukan.

Program acara televisi *Talk show* sebagai salah satu bentuk acara yang mendapat inovasi dan kepercayaan dari penonton televisi Indonesia yang mempertunjukkan seni perbincangan, yaitu gabungan antara seni panggung dan keterampilan seni wawancara ditambah jurnalistik yang bertujuan untuk memberikan penjelasan atau pendapat dari seorang narasumber. Banyaknya program acara *talk show* di televisi Indonesia, menjadikan program acara *talk show* sebagai program mayoritas di beberapa stasiun televisi yang ada di Indonesia. Salah satu acara *talk show* yang ada di Indonesia adalah program acara *Flashback* di Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Nasional.

*Flashback* termasuk dalam klasifikasi program *talk show*, karena dalam acara ini selain mengangkat *video clip* lagu-lagu zaman dulu, dikemas dengan menggunakan format acara *talk show* / bincang-bincang antara *host* dengan bintang tamu dengan tambahan *gimmick* untuk membahas macam-macam tema yang sedang *update* dan viral di media sosial Indonesia, sebelum nantinya memutar *video clip* lagu-lagu zaman dulu. Selain itu konsep yang ditawarkan program acara *Flashback* ini yaitu perbincangan dengan pembawaan santai dari *host* kepada bintang tamu di setiap segmennya yang siap menghibur penonton setia TVRI di rumah.

Namun untuk mewujudkan suatu program yang bagus dan menarik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia dibutuhkan adanya tangan-tangan kreatif yang berada di balik layar. Kerabat kerja (*crew*) yang berada di balik layar lah yang menjadi kunci kesuksesan dan keberhasilan dari program acara televisi. Namun *crew* yang bertugas tidak akan mampu bertindak dan bekerja secara kreatif apabila pemimpin dalam suatu produksi mereka tidak memiliki jiwa kreatif juga. Dalam hal ini fungsi pemimpin dalam sebuah produksi yaitu Produser.

Dengan pemikiran kreatif Produser yang mampu menyajikan suatu program televisi yang nantinya mampu menjadi program yang menarik perhatian pemirsanya namun tetap dalam kaidah-kaidah aturan yang ada di Indonesia. Seorang Produser diuntut mampu memberikan pengarahan secara baik kepada setiap rekan kerjanya disaat produksi berlangsung. Menurut Jonathan Bignell (2004:99) dalam buku “*An Introduction To Television Studies*” Produser adalah orang untuk lembaga televisi yang bertanggung jawab atas anggaran, perencanaan, dan pembuatan program televisi atau serangkaian program.

Produser juga berperan aktif sebagai pelaksana produksi, mendesain program baru dan menawarkan kepada stasiun televisi. Dan dalam produksi program terlibat dalam proses penulisan naskah, mengatur desain program, casting, dan bahkan ada yang merangkap menjadi sutradara (*director*) atau dalam program nondrama sebagai pengarah acara (*program director*).

Untuk menjadi pemimpin dalam sebuah produksi acara televisi, sangat penting bagi seorang Produser untuk memiliki jiwa seni dan kreatifitas supaya *crew* lain yang terlibat dalam produksi mampu bekerja dalam arahan seseorang yang memiliki jiwa kreatifitas lebih tinggi. Kreatifitas sendiri tidak bisa dibentuk dengan spontanitas, namun harus melewati proses pembentukan strategi yang panjang sehingga mampu menciptakan program acara yang bagus dan mampu dinikmati oleh penonton dirumah.

Dalam melakukan merencanakan strategi program acara televisi komunikasi yang dilakukan antara Produser dengan *crew* harus terjalin dengan baik sejak Pra Produksi program acara hingga ketika Pasca Produksi itu berlangsung. Seperti ketika perencanaan program acara, penulisan naskah, produksi program acara,

hingga sampai pada proses akhir yaitu editing dan evaluasi. Seni dan kreatifitas setiap *crew* akan dijaga oleh konsep acara yang telah ditentukan oleh Produser supaya kreatifitas acara tidak menyimpang dari konsep yang telah ditentukan.

Seperti yang dijelaskan dalam buku *Teknik Produksi Program Televisi* oleh Wibowo (2007:21) ada 13 elemen dalam strategi kreatif dalam membuat produksi program acara televisi yaitu target penonton, Bahasa naskah, format acara, *punch line*, *gimmick & fanfare*, *Clip Hanger*, *Bumper*, Penata Artistik, *Music & Fashion*, *Ritme & Birama*, *Logo & Music Bumper*, *General Rehearsel*, dan *Interactive Program*.

Dari beberapa elemen yang disebut diatas, terdapat sebuah gambaran bahwa strategi kreatifitas merupakan masalah yang paling utama dalam membuat program televisi. Dan secara tidak langsung strategi kreatif yang dimiliki oleh produser biasanya menyangkut komponen paling utama yang harus dimiliki oleh seseorang produser. Dengan kata lain, apabila konsep acara yang produser itu produksi baik dan mempunyai inovasi, maka produser tersebut juga dapat dinilai mempunyai strategi kreatifitas yang baik, hingga imbasnya penilaian tentang media televisinya akan baik pula.

Apabila kita membahas tentang strategi kreatif, hal ini sangatlah penting sekali apalagi mengenai pekerjaan sebagai Produser. Bagi para pekerja di media massa televisi khususnya Produser dalam acara *Flashback* diharapkan untuk mampu memberikan kontribusi yang layak dengan melibatkan strategi kreatif yang tinggi dalam menciptakan konsep yang baik dan menarik perhatian bagi penonton program acara televisi.

Langkah produksi yang dilakukan dalam acara *Flashback* biasanya dimulai dari Produser yang menentukan anggaran, dilanjutkan dengan Produser menetapkan tanggal produksi yang ditentukan dari kesiapan artis dan *crew* TVRI, dilanjutkan dengan Produser berkoordinasi dengan kreatif tentang tema setiap episode program yang akan diproduksi, lalu setelah semua tema episode telah ditentukan dilanjutkan dengan pembuatan *script* serta persetujuan *script* dari seorang Produser, dilanjut dengan produksi acara dan pengambilan gambar yang

dilakukan oleh pengarah acara, lanjut ke editing, dan diakhiri dengan evaluasi program oleh Produser, pengarah acara, serta kreatif.

Maka dari itu, seorang produser acara televisi wajib mengkaji siapa yang akan menonton programnya, apa isi programnya yang akan dibawakan, kapan dan mengapa seseorang menonton program acara yang akan diproduksinya, dimana dan bagaimana seorang menonton program acara yang akan diproduksi.

Namun dalam acara *Flashback* yang di produksi oleh TVRI mempunyai suatu kendala yang membuat produksi program tersebut mengalami kesusahan. Kendala dalam acara *Flashback* yaitu kurangnya *crew* yang ada di TVRI membuat program ini diproduksi tidak terlalu sering. Dimana dalam produksi acara program *Flashback* hanya memiliki satu orang sebagai kreatif acara dan satu orang sebagai *Floor Diretor*. Dan juga *crew* tersebut tidak hanya mempunyai tanggung jawab di acara *Flashback* saja, namun *crew* tersebut bisa ditugaskan ke dalam program acara lain. Dengan kendala dalam program acara ini, sehingga hal ini bisa membuat fokus dari *crew Flashback* tidak optimal karena harus berfikir ke program acara lain juga yang ada di TVRI.

Dari pembahasan mengenai strategi kreatif seorang Produser ini, memang hal itulah yang menjadi komponen paling penting yang harus dimiliki dari seorang Produser untuk bisa menunjukkan serta membuktikan apakah dirinya mempunyai strategi kreatifitas untuk membuat konsep program acara yang baik ataukah tidak di mata *audience* / pemirsa yang menyaksikan acara *Flashback* di TVRI.

Berdasarkan dari latar belakang dan kendala yang ditemui dalam acara *Flashback* tersebut yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul sebagai berikut: STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPRODUKSI PROGRAM TELEVISI (STUDI DESKRIPTIF PADA PROGRAM *FLASHBACK* DI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (LPP TVRI) NASIONAL).

## 1.2 Rumusan Masalah

Setelah peneliti menjelaskan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Strategi Kreatif Produser dalam memproduksi

Program Acara *Flashback* di Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Nasional”.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Bagaimana Strategi Kreatif seorang Produser dalam memproduksi program acara *Flashback* di LPP TVRI Nasional?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Kreatif Produser dalam memproduksi Program *Flashback* di LPP TVRI Nasional.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Dari Penelitian ini peneliti berharap supaya tulisan ini dapat menjadi sarana untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, dan secara khusus mengenai kegiatan *broadcast* yaitu strategi kreatif Produser dalam memproduksi program *Flashback* di Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Nasional.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman yang nantinya dapat menjadi referensi bagi pembaca terutama pada bidang *broadcasting* pada proses produksi program TV, khususnya bagaimana strategi kreatif seorang Produser dalam memproduksi program acara di suatu stasiun televisi.