

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebagai media yang diminati, televisi mempunyai peranan penting dalam memberikan informasi yang aktual dan faktual, menghibur dan mendidik sesuai dengan norma yang ada. Terkadang tayangan televisi menjadi inspirasi bagi penontonnya, sehingga pemilik media massa berlomba-lomba membuat program yang menarik dan bermanfaat. Dalam dunia media pertelevisian, tidak lepas dari program-program televisi. Menurut kamus WJS Purwodarminto program adalah acara, sedangkan menurut Naratama dalam buku “Sutradara Televisi : Dengan Angle dan Multi Camera” (2004:63), mengatakan bahwa program televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara. Sampai saat ini televisi masih menjadi media hiburan bagi masyarakat indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik, 91,47 persen penduduk berusia 10 tahun masih menggunakan televisi sebagai akses untuk mendapatkan informasi. Besarnya angka partisipasi masyarakat dalam mengakses media massa berkaitan dengan ketersediaan fasilitas informasi. Jangkauan internet yang belum merata, membuat berita elektronik belum mengalahkan eksistensi di masyarakat.

Siaran televisi memiliki arti dan fungsi yang sangat penting untuk penyampaian informasi. Produksi program acara televisi terbagi menjadi 3, yaitu drama, nondrama, dan news. Berbagai macam program acara dikemas dalam berbagai bentuk diantaranya: film dokumenter, sinetron, reality show, talk show, komedi situasi (sitcom) dan lainnya, yang tentu menghibur menginformasikan, mendidik, serta unik dan menarik (Mabruri, 2013:16).

Program Talk show adalah salah satu jenis program acara yang disiarkan di televisi. Program Talk show ini ditayangkan di berbagai stasiun televisi diantaranya Trans 7, Trans TV, NET TV, dan Metro TV. Talk Show menurut Morissan (2008:28) adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk

membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh host. Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Berdasarkan hasil pra riset yang peneliti lakukan pada tanggal 6 Oktober 2018, Metro TV mempunyai berbagai macam program acara yang ditayangkan. Terdapat empat kategori program acara di Metro TV yaitu : News, Sport, Talk Show dan Dokumenter. Program News dan Sport di Metro tv antara lain: Metro News, Headline News, Metro Pagi Prime Time, Newline, Metrosports, Sportmagz dan lain-lain. Program Talk Show antara lain: Election Talk, Kick Andy, Cerdas 5 Menit, I'm Possible, Everlasting Young, dan lain sebagainya. Untuk program dokumenter antara lain: Eagle Documentary Series, Target Operasi, dan sebagainya. Metro TV mempunyai ciri khas, stasiun televisi yang sebagian besar program acaranya adalah berita dan educational. Selain itu, Metro TV merupakan stasiun televisi pertama yang mengudara secara penuh (Mambruri, 2013:13).

Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang program Everlasting Young di Metro TV. Peneliti memilih program ini karena Everlasting Young program Talk Show yang mendatangkan narasumber berusia 60 tahun keatas dan Host yang memiliki umur bertolak belakang dengan narasumber. Program Everlasting Young merupakan program acara Televisi pertama yang menitik beratkan warga lanjut usia sebagai narasumber program acara. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, usia produktif di Indonesia adalah 20-40 tahun. Program ini menjadi unik ketika menjadikan orang-orang yang dianggap 'sudah tidak produktif' (orang yang berumur 60 tahun keatas) justru menjadi narasumber untuk berbagi kisah kepada penonton.

Salah satu program Talk Show Metro TV adalah Everlasting Young. Everlasting Young merupakan program dengan tayangan yang inspiratif. Program Everlasting Young pertama kali tayang pada tanggal 13 Januari 2018. Program ini di tayangkan setiap hari Minggu pukul 22.05. Program ini mendatangkan narasumber yang dianggap menginspirasi kehidupan, dengan menitik beratkan narasumber yang berusia 60 tahun keatas dan pembawa acaranya yang masih muda. Narasumber yang didatangkan di program Everlasting Young mempunyai cerita

menarik dalam perjalanan hidupnya, bukan hanya orang terkenal tetapi juga orang biasa yang dianggap memiliki perjalanan hidup yang menarik dan inspiratif. Program Talk Show ini memberikan sajian yang berbeda dari program Talk Show lainnya, yakni narasumber dan hostnya yang memiliki umur yang terlampau jauh berbeda. Perbedaan umur dan kehidupan antara narasumber dan host yang menjadi daya tarik program Everlasting Young.

Program yang dipandu oleh komika terkenal Raditya Dika menambah warna muda di program inspiratif ini. Raditya dipilih sebagai host Everlasting Young karena di media sosial Raditya memiliki followers dan subscriber's yang banyak. Media sosial menjadi acuan program Everlasting Young dalam memilih host. Raditya Dika tidak sendirian dalam membawakan acara ini, terdapat co-host yang juga berprofesi sebagai komika.



**Gambar 1.1**

**(Sumber <https://dlmusicas.pw/mp3/Everlasting-Young-Metro-TV.html>)**

Sebagai program acara Talk Show, Everlasting Young tidak lepas dari persaingan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Lauren Zalaznick (Cable TV Bravo) yang mengatakan “kesuksesan sebuah bisnis televisi adalah penonton menikmati tayangan dan penonton tidak mau berpindah ke program lain”. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi

produser untuk membuat program acara yang dapat disambut hangat oleh penontonnya dan bertahan sampai bertahun-tahun.

Seorang produser program televisi harus mengkaji dan mengetahui siapa penonton programnya, apa isi program yang disajikan, kapan dan mengapa seseorang harus menonton program acara tersebut, bagaimana dan dimana seseorang menonton program acara yang hendak disajikan.



Gambar 1.2

(Sumber <http://video.metrotvnews.com/everlasting-young>)

Dibalik konten yang menarik terdapat pemikiran kreatif oleh Produser. Berpikir kreatif menurut Latief dan Yusiatie (2015: 76) adalah kemampuan menciptakan menghubungkan hal-hal atau gagasan yang sebelumnya tidak berhubungan lalu membentuk hubungan baru yang orsinil dan bermanfaat. Kreativitas dimaksudkan kemampuan mengelola materi yang tersedia, agar menjadi unik, menarik, artistik, bermanfaat, dan berbeda dengan yang lainnya, dengan cara menghubungkan unsur-unsur dengan sajian berupa hiburan, informasi, nilai-nilai etika dan moral.

Tim produksi terdiri dari Produser dan Tim Kreatif. Seorang produser TV bertugas mengkoordinasikan dan mengontrol semua aspek produksi, dimulai dari pembuatan dan pengembangan ide, mengawasi talent dan melakukan segala pengawasan dalam pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Kreativitas produser sangat di tuntutan dalam pembuatan konten di program acara. Hal itu dikarenakan banyaknya program Talk Show di berbagai stasiun televisi, sehingga terdapat

persaingan kreativitas antara stasiun televisi satu dengan lainnya. Sehingga strategi kreatif produser sangat dibutuhkan dalam setiap program. Tim kreatif merupakan tim yang bertugas untuk mencari ide dan mengembangkan ide mengenai acara yang akan ditayangkan. Tim kreatif bekerja dibawah produser yang fokusnya pada pengolahan isi dan konten program acara.

Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan Teori Wallas sebagai acuan dalam melakukan analisa strategi kreatif (Wallas, 1926). Teori Wallas yang dalam buku “The Art of Thought” menyatakan bahwa strategi kreatif meliputi 4 tahap yaitu tahap persiapan, tahap inkubasi, tahap iluminasi, dan tahap verifikasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu, Strategi Kreatif Program *Everlasting Young* di Metro TV.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi kreatif dalam program *Everlasting Young* di Metro TV?

## **1.3 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana proses kreatif program *Everlasting Young*?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam proses kreatif program *Everlasting Young*?
3. Bagaimana solusi dalam memperbaiki kendala program *Everlasting Young*?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses kreatif program *Everlasting Young*.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala yang dihadapi dalam proses kreatif program *Everlasting Young*.
3. Untuk mengetahui bagaimana solusi dalam memperbaiki kendala program *Everlasting Young*.

## 1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain, khususnya yang nantinya akan meneliti Strategi Kreatif dalam Program TV. Dan dapat memahami bagaimana strategi kreatif dalam program TV.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang Strategi Kreatif Produser pada program Everlasting Young dan menjadi referensi untuk melakukan penelitian dengan kajian yang sama. Dan dapat memberikan masukan kepada pelaku pertelevisian terutama Metro TV.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Metro TV, Jakarta Barat. Pemilihan lokasi ini berdasarkan data yang diperoleh untuk menjawab masalah dari penelitian memungkinkan diperoleh di Metro TV. Dan peneliti ini sedang berstatus mahasiswa di Universitas Telkom.

### 1.6.2 Waktu Penelitian

**Tabel 1.1**

| No | Tahapan Penelitian                            | Agustus 2018 |   |   |   | September 2018 |   |   |   | Oktober 2018 |   |   |   | November 2018 |   |   |   | Desember 2018 |   |   |   | Januari 2018 |   |   |   |
|----|---|--------------|---|---|---|----------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|
|    |   | 1            | 2 | 3 | 4 | 1              | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Mencari Tema dan Objek Penelitian             |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 2. | Menentukan topik dan objek yang akan diteliti |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |

| No | Tehapan Penelitian  | Agustus 2018 |   |   |   | September 2018 |   |   |   | Oktober 2018 |   |   |   | November 2018 |   |   |   | Desember 2018 |   |   |   | Januari 2018 |   |   |   |
|----|---|--------------|---|---|---|----------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|
|    |   | 1            | 2 | 3 | 4 | 1              | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 |
|    | serta mencari informasi awal tentang penelitian   |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 3. | Mencari dan menentukan referensi dan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan penelitian |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 4. | Menyusun bab 1,2, dan 3   |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 5. | Pengumpulan data dan Pemilihan data   |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 6. | Menyusun bab 4 dan 5  |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 7. | Pengumpul an data dan Pemilihan data  |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 8. | Pengolahan data dan Analisis data   |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 9. | Menyusun skripsi  |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |
| 10 | Sidang skripsi  |              |   |   |   |                |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Peneliti mengelompokkan penelitian ini dalam Lima Bab. Di Bab I terdapat Pendahuluan. Di Bab I ini membahas tentang Latar Belakang, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, serta Tahapan Penelitian. Di Bab II terdapat tinjauan pustaka dan teori-teori dari penelitian terdahulu sebagai referensi, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian. Di Bab III terdapat metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, metode pengumpulan data dan tehnik analisis data. Di Bab IV terdapat hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode penelitian, yang digunakan peneliti untuk mendapatkan jawaban dari fokus penelitian yang ada. Di Bab V terdapat Kesimpulan dan Saran dari Penelitian yang telah dibahas.