

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini keunggulan media elektronik telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian mudahnya dan dalam waktu yang singkat. Tidak mengherankan jika dunia *entertainment* berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara *live* atau *recorded*, cetak atau elektronik. Salah satu media elektronik yang masih terus populer hingga sekarang ini adalah televisi. Industri pertelevisian merupakan sebuah industri kreatif, karena setiap hari harus menyajikan sebuah karya serta memunculkan ide-ide untuk terus bisa memproduksi program televisi agar selalu diminati oleh pemirsanya. Hal tersebut terlihat dari jenis sajian televisi yang semakin beragam, seperti berita, *talkshow*, *feature*, *variety show* (hiburan, sinetron, kartun, drama komedi dan lain sebagainya yang membuat televisi tidak pernah sepi penonton.

Dibalik program televisi yang ditayangkan, tentu saja terdapat proses produksi yang dilakukan oleh para tim produksi yang harus memproduksi program televisi berdasarkan tahapan-tahapan tertentu agar menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Soebroto (2005:199) bahwa, proses produksi siaran televisi jauh lebih rumit, kompleks dan biaya produksinya pun jauh lebih besar. Televisi dipilih karena lebih menarik menayangkan audio-visual, jika dibandingkan dengan koran yang hanya visual dan radio hanya audio, karena media televisi bersifat realistik, yaitu menggambarkan apa yang nyata. Tahapan produksi membutuhkan ketelitian dan kesabaran baik itu dilakukan di dalam studio, luar studio, atau gabungan (dalam dan luar studio). Sedangkan Morissan pun berpendapat bahwa, proses produksi program televisi dimulai dari orang-orang yang memiliki ide atau gagasan. Mereka yang memiliki ide atau gagasan ini, dapat individu perorangan ataupun rumah produksi atau PH (*production house*). Mereka menuliskan gagasan mereka ke dalam kertas yang memuat antara lain konsep yang ingin dikembangkan, karakter dari para tokoh, jumlah kru, usulan nama pemain yang akan digunakan serta hal-hal lain yang diperlukan untuk mewujudkan program itu. Mereka kemudian mengajukan gagasan ini kepada sejumlah

stasiun televisi yang mungkin tertarik untuk menjadikannya sebagai program televisi. (Morissan, 2013: 311). Kemudian stasiun televisi dalam memproduksi sebuah program atau tayangan melalui proses tahapan agar menghasilkan informasi yang dibutuhkan. Lalu Wahyudi (1992:57) mengemukakan bahwa proses tahapan tersebut dimulai dari *pre production planning* (persiapan sebelum produksi), *Set-Up and rehearsal* (persiapan teknis), *production* (produksi), dan *post production* (penyelesaian produksi). Tahapan produksi tersebut bisa dikerjakan melalui *broadcasting house* dan rumah produksi atau sering disebut *production house*, kemudian disimpan dalam kaset dan dijual kepada khalayak.

Kompas TV sebagai sebuah lembaga penyiaran mempunyai program acara yang beragam mulai dari berita hingga hiburan, dan dalam membuat program tersebut diperlukan sebuah strategi dan tim yang solid sehingga apa yang dibuat dapat menghibur pemirsa setianya. Salah satunya yaitu program acara berita.

Sebagai salah satu televisi lokal di Indonesia, Kompas TV tidak lepas dari persaingan dengan program televisi lain dalam merebut hati pemirsa televisi. Seperti kata Lauren Zalaznick dalam Shidarta GM, hal 23 bahwa “kesuksesan sebuah bisnis televisi adalah ketika penonton menikmati tayangan dan tidak mau berpindah ke program lain”. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi sebuah Kompas TV dan tim Produksinya agar apa yang mereka buat dapat membuat ciri atau karakter yang bagus sehingga mendapatkan perhatian lebih dan tayang untuk jangka waktu yang lama.

Dalam pembuatan program andalan, Kompas TV mengandalkan Program *news* (berita). Turner Cathledge dari New York Times mengatakan “Berita ialah segala sesuatu yang tidak anda ketahui pada hari kemarin”. Mitchel V. Chantley juga menjelaskan bahwa “Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas”. Berangkat dari pernyataan para ahli, Kompas TV turut hadir dengan salah satu program berita andalannya yaitu Sapa Indonesia. Program berita yang bukan hanya menghadirkan berita utama saja, tetapi juga mengikuti perkembangan berita peristiwa yang terjadi langsung dari lokasi. Program ini tidak hanya menghangatkan ruang informasi dengan perbincangan berita terpanas, tapi juga dengan hiburan dari artis-artis yang siap menghibur di awal hari pemirsanya. Khusus untuk hari-hari besar keagamaan dan kebangsaan serta moment-moment tertentu, ada yang membuat program berita ini berbeda dari program berita lainnya adalah Sapa Indonesia Kompas TV ini turut hadir dengan serangkaian program spesialnya untuk menemani pemirsa di rumah tentunya dengan

tetap konsisten menampilkan program-program pilihan yang informatif serta dapat menambah pengetahuan pemirsa. Salah satunya adalah Sapa Tahun Baru 2019.

Sapa Spesial Tahun Baru 2019 adalah program dengan format berita yang dikemas spesial dalam menyambut malam pergantian tahun baru. Disiarkan langsung pukul 21.00-00.30 WIB dari Studio Orange Kompas TV dan Bintaro Jaya Exchange Mall ini turut dimeriahkan oleh sederet bintang tamu spesial diantaranya DIPA Barus, Midnight Quicky, Goodnight Electric, Dj Rizuka, Pandji Pragiwaksono, Awwie, serta komika ternama Indonesia dan dipandu oleh Nitia Annisa, Gibran Muhammad, Stefani Ginting serta Yasir Nene Ama. Lalu, ada yang membuat Sapa Tahun Baru 2019 ini berbeda dari Sapa ditahun-tahun sebelumnya, yaitu dengan diadakannya Kontes Video Instagram “Seberapa Greget Tahun Baru lo?”, kontes ini mengajak pemirsa Kompas TV untuk meng-upload video di instagram menggunakan properti ala 90 hingga 2000-an, tentu saja ini menjadi daya tarik tersendiri untuk masyarakat. Selain itu, tidak lupa juga Sapa Tahun Baru 2019 ini menampilkan live report pergantian malam tahun baru lebih dari 10 titik daerah di Indonesia dan juga mancanegara. Berbeda di tahun sebelumnya yang hanya menampilkan live report malam pergantian tahun baru di 10 titik daerah di Indonesia saja. Tentu ini sangat menarik dibanding Sapa Spesial Tahun Baru ditahun sebelumnya, karena lebih dikemas spesial dan lebih baik demi memenangkan hati para pemirsanya.

Lain halnya dengan Kompas TV yang lebih ingin menayangkan program hiburannya pada pergantian tahun baru 2019, TRANS TV pun hadir di malam pergantian tahun 2019 dengan menyiapkan sederetan film pilihan dari dalam negeri hingga luar negeri. Mengajak pemirsanya untuk merayakan malam pergantian tahun dengan tak melulu harus keluar rumah dengan cara menampilkan film pilihannya di malam tahun baru 2019. Dimulai dengan ditayangkannya film Pengabdian Setan pada pukul 22.00 WIB, Machete tepat pada pukul 00.00 WIB, kemudian penayangan film berlanjut hingga pukul 02.00 WIB. Sedangkan TV One, televisi yang juga berformat *news* seperti Kompas TV ini lebih memilih menayangkan program keagamaan di malam pergantian tahun 2019 dengan ditayangkannya program acara “Indonesia Bertasbih” dan memilih menggelar ceramah dalam tablik akbar untuk ingatkan hukum merayakan tahun baru. Kajian yang disiarkan langsung pukul 20.00 WIB di Lapangan Merdeka Kota Langsa, Aceh itu bertema “Keutamaan Menghargai dan Mengingat Waktu” bersama Ustadz Abdul Somad sebagai pengisi tablik akbar tersebut. Lalu Metro TV juga yang sama-sama televisi berformat berita ini memilih program yang hampir sama dengan Kompas TV

sendiri dengan ditayangkannya program acara “Special Event” dimana program tersebut menayangkan langsung Pidato Politik Presiden Terpilih Joko Widodo, dan juga melaporkan langsung keadaan atau situasi terkini malam pergantian tahun baru, baik dalam maupun luar negeri. Bedanya dari Kompas TV adalah Metro TV tidak menayangkan program hiburannya sendiri, atau bisa dikatakan tidak menggabungkan format *entertainment* pada *news*-nya seperti Kompas TV.

Berangkat dari perbandingan program acara di stasiun televisi lain yang tentu saja terdapat perbedaan dalam memberikan penayangan program acara pada malam pergantian tahun baru 2019, karena setiap stasiun televisi memiliki caranya sendiri dalam memberikan tayangan kepada pemirsanya. Kompas TV selaku televisi *news* pun tidak mau ketinggalan untuk menayangkan program spesialnya, yaitu Sapa Tahun Baru 2019. Reggy Ade Putra selaku *Creative* dan pembuat acara pun memberikan penjelasannya bahwa tujuan utama dari program Sapa Tahun Baru tentu memberikan informasi, melakukan penyebaran di beberapa titik yang tidak hanya di Jakarta saja, tetapi kali ini mencoba meng-grab dari WIB, WIT dan WITA. Dikemas dalam bentuk *news-entertainment* dengan adanya hiburan dari DJ dan band serta komika, tanpa harus meninggalkan kondratnya sebagai program berformat *news*.

Menurut hasil wawancara di pra-riset yang penulis lakukan, Herlin Nugroho selaku informan menjelaskan bahwa, sebuah strategi untuk membuat sebuah program sangat penting dalam suatu stasiun televisi agar tetap eksis di dunia pertelevisian. Strategi perlu dilakukan untuk meningkatkan sebuah *rating* dan *share* dari sebuah program acara tersebut. Walaupun *rating* dan *share*nya sudah tinggi bukan berarti sebuah proses kreatif harus berhenti. Strategi yang dilakukan akan tetap berjalan agar *audience* tidak merasa bosan saat menonton acara tersebut. Kemudian *rating* merupakan alasan utama ditayangkannya sebuah program acara. Meski sebuah program dikatakan jelek, tidak mendidik, namun bagaimanapun itu merupakan keinginan masyarakat itu sendiri. *Rating* kerap diperlakukan secara istimewa lantaran dijadikan sebagai barometer/patokan dimana kualitas program diukur dari angka *rating* dan *share* yang pada akhirnya mempengaruhi perolehan iklan. Televisi cenderung berkiblat pada *rating* dan *share* yang menentukan layak atau tidaknya suatu program acara. *Rating* menentukan nilai jual program kepada pengiklan. Semakin tinggi *rating*, maka semakin besar pula minat para pengiklan untuk mensponsori acara tersebut meskipun dengan harga yang tinggi sekalipun.

Terlepas dari *rating* dan *share*, tentu saja dibalik kesuksesan sebuah program acara tidak terlepas dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang berada di belakang layar dengan

keahlian dibidangnya masing-masing seperti *Producer*, *Program Director*, *Floor Director*, *Switcherman*, *Cameramen*, *Audioman*, *Lighting* dll. Melalui mereka sebuah Program bisa berjalan dengan lancar dan bisa disaksikan oleh pemirsa di rumah. Untuk menghasilkan acara televisi yang berkualitas tentu ada berbagai hal yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah strategi dari *Program Director*. *Program Director* adalah seseorang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab secara teknis dan artistik dalam pelaksanaan produksi program siaran.

Sebelum menjelaskan lebih lanjut apa itu *Program Director*, penulis ingin memaparkan terlebih dahulu perbedaan antara *Program Director* dan *Producer* yang kadang kala beberapa orang ada yang kebingungan tentang bagaimana posisi *Program Director* dan *Producer* dalam sebuah proses produksi, posisi keduanya memang saling berkaitan dalam konteks produksi program televisi, pada industri televisi seorang *Program Director* harus merelakan sebagian 'kekuasaan absolute'-nya pada *Producer*, jadi *Program Director* biasanya mengerjakan program yang sudah ditentukan pattern-nya dan seringkali tidak terlalu terlibat pada fase pra-produksi ketika program tersebut masih berbentuk konsep, lalu *Producer* lah yang membangun konsep, mempresentasikan, dan mendapat keputusan dari manajemen tentang kepastian diproduksinya suatu program, disisi lain *Program Director* bertanggung jawab tentang bagaimana program yang dikonsep *Producer* bisa di eksekusi dan direalisasikan dalam tayangan televisi, termasuk menyutradarai show, mengarahkan narasumber/*talent* dan kru teknik, menjalankan rehearsal dengan narasumber/*talent*, bertanggung jawab atas *look* dari *show* dan dalam kesempatan tertentu juga terlibat dalam urusan konten. Maka sesuai dengan apa yang sudah penulis pelajari di semester 6 yaitu pada mata kuliah Produksi Penyiaran Televisi, dimana didalam kelas mata kuliah PPTV ini sendiri mengajarkan bagaimana pembuatan sebuah program acara televisi dan siapa saja kru yang dibutuhkan atau ditugaskan di dalamnya, kemudian dipraktikan langsung oleh mahasiswa agar dapat merasakan bagaimana rasanya menjadi kru atau tim produksi televisi yang bukan hanya sebatas *Producer* dan *Creative* saja, melainkan terdapat tugas penting seorang *Program Director*, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti pekerjaan seorang *Program Director* dalam bertanggung jawab secara teknis dan artistik dalam pelaksanaan produksi program siaran.

Berangkat dari penjelasan diatas maka dapat dijelaskan bahwa *Program Director* atau diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah Pengarah acara. *Program Director* adalah orang yang bertanggung jawab mengenai seluruh persiapan dan pelaksanaan produksi siaran televisi hingga disiarkan. Terlibat dalam proses kreatif, meskipun tidak intensif seperti produser. Tujuannya, untuk mengetahui atau memahami tujuan program, sehingga pada saat eksekusi

dapat memberikan panduan gambar mewakili konsep yang diinginkan (Latief, 2015:125). Sedangkan menurut Suprpto (2013:55), pengarah acara atau *Program Director* bertugas di lapangan untuk mengendalikan produksi yang sedang ditanganinya. Dia memandu dan memberikan intruksi penting dan rinci kepada kru baik di studio atau di lokasi, termasuk tim produksi, kerabat teknik dan artis dan atau pengisi acara. Pengarah acara selalu meminta petunjuk produser khususnya untuk program atau pertunjukan yang spesial, tetapi setiap waktu juga berperan sebagai produser.

Seluruh kegiatan proses produksi akan di koordinasikan melalui tangan *program director*, semua kru televisi akan mendapat arahan dari *Program Director* yang di sesuaikan dengan *Rundown* supaya sebuah program acara berjalan dengan baik dan lancar. Untuk menjalankan program acara Sapa Tahun Baru 2019 maka *Program Director* harus mampu mengatur dan berkoordinasi dengan seluruh kru yang bertugas agar mendapatkan tayangan yang baik untuk permirsanya. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka menarik bagi penulis untuk menggali secara dalam tentang Strategi *Program Director* Dalam Mengemas Sebuah Program Acara (pada Program Acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV). Strategi menurut Effendy (2008:33) pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi perlu disusun secara luas, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segerah disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Hasil penelitian dideskripsikan dengan menggunakan kalimat yang terperinci sehingga mudah untuk dipahami. Dalam bukunya, Sugiyono mengungkapkan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan kondisi objek yang alamiah, objek alamiah adalah objek yang apa adanya, tidak ada unsur manipulasi oleh peneliti (Sugiyono, 2011:54). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell dalam Sugiyono (2011), adalah salah satu jenis pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan jenis ini peneliti melakukan sebuah observasi kepada partisipan untuk mengetahui fenomena-fenomena yang terjadi dalam hidup partisipan tersebut. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pengumpulan data oleh peneliti yang kemudian diolah untuk menemukan makna dari apa yang telah dikemukakan oleh partisipan.

Fenomenologi pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara dalam mengenai perjalanan hidup seseorang.

Dalam kaitan pemaparan latar belakang diatas maka penulis mencoba mengkaji Strategi *Program Director* dalam Program Acara Sapa Tahun Baru 2019. Dengan mengambil judul **“Strategi *Program Director* Dalam Mengemas Sebuah Program Acara (Studi Fenomenologi pada Program Acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV)”**

### **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, fokus dari penelitian ini adalah “Bagaimana *strategi* yang dilakukan *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dalam penelitian ini ada beberapa pertanyaan penelitian yang ingin diketahui, yaitu :

1. Bagaimana *strategi* yang dilakukan *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Program Director dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV ?
3. Apa saja evaluasi yang diterima Program Director dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka ada beberapa tujuan penelitian yang ingin diketahui, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana *strategi* yang dilakukan *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi Program Director dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.
3. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi evaluasi yang diterima Program Director dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Semua penelitian yang telah dilakukan memiliki manfaat dan kegunaannya tersendiri, baik untuk peneliti, maupun untuk orang lain. Peneliti pun dapat memberikan manfaat dalam penelitian ini diantaranya:

### 1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, memperluas dan memperkaya kajian ilmu teori komunikasi khususnya dalam ilmu komunikasi massa.

### 2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan acuan bagi peneliti lainnya.

## **1.6 Tahapan Penelitian**

Tahapan penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

### 1) BAB I

Berisikan tentang pendahuluan dari penelitian ini yang mencakup latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tahapan penelitian hingga waktu penelitian.

### 2) BAB II

Peneliti akan menguraikan teori-teori dan berbagai tinjauan pustaka, peneliti juga akan memberikan penelitian terdahulu lalu menjelaskan mengenai tinjauan teori dan juga kerangka pemikiran

### 3) BAB III

Peneliti akan menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti, bab ini berisikan paradigma penelitian, metodologi penelitian, unit analisis data dan teknik analisis data.

## **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian bertempat di Kompas TV yang terletak di Jl. Palmerah Selatan No. 1 Jakarta Barat 10270, Indonesia.



### 1.7.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Mencari Ide dan Menentukan Tema Penelitian	■					
2.	Mengkaji Penelitian Terdahulu, Menentukan Metode		■				
3.	Pengumpulan Data		■				
4.	Penyusunan Proposal Skripsi dari Bab I - Bab III			■	■		
5.	Melakukan Wawancara dan Observasi ke Lapangan				■	■	
6.	Penyusunan Akhir Proposal Skripsi Bab IV sampai Bab V					■	■

