

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, konvergensi media telah menjadi fenomena yang tak henti-hentinya terjadi di industri pertelevisian. Tujuan dari konvergensi media adalah untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi dan kesadaran audiens melalui penggunaan berbagai platform komunikasi, baik tradisional maupun digital (Jenkins, 2006). Meskipun konsumsi media bergeser ke platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, televisi tetap menjadi media utama untuk informasi, pendidikan, dan hiburan di Indonesia (Nugroho, 2021). Salah satu acara televisi yang telah beradaptasi dengan perkembangan ini adalah Dunia Punya Cerita di Trans TV.

Program Dunia Punya Cerita adalah salah satu dari sedikit program yang menjelaskan ide dokumenter perjalanan yang merangkum sejarah dan budaya dari berbagai tempat di seluruh dunia. Seiring dengan kemajuan teknologi, program ini tidak hanya disiarkan di televisi tradisional, namun juga dipromosikan dan disebarluaskan melalui platform digital lainnya. Hal ini relevan dalam konteks konvergensi media, karena televisi masih menjadi salah satu saluran utama untuk distribusi konten (Syaiful & Mulyadi, 2022).

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan adanya digitalisasi dan bahwa masyarakat lebih cenderung mengakses konten melalui platform digital dibandingkan melalui televisi tradisional (Kusuma, 2020). Hal ini mendorong industri riset untuk mengintegrasikan televisi dengan berbagai media digital agar tetap relevan dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam hal ini, strategi pengelolaan program siaran sangat penting untuk memastikan konvergensi media dapat diimplementasikan secara efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat eksistensi program Dunia Punya Cerita.

Meskipun memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan keterlibatan audiens, konvergensi media dalam manajemen program siaran juga memiliki kekurangan. Salah satu isu utama yang dihadapi adalah bagaimana mendistribusikan konten secara efektif di berbagai platform media tanpa mengorbankan identitas dan

kualitas. Selain itu, adanya persaingan ketat dengan konten digital independen yang lebih fleksibel dan mudah beradaptasi juga menjadi tantangan tersendiri bagi program televisi tradisional (Lestari, 2021).

Urgensi dari penelitian ini semakin didukung oleh data yang menunjukkan bahwa konsumsi media digital di Indonesia telah meningkat selama beberapa tahun terakhir. Menurut We Are Social (2022), lebih dari 78% masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk mengakses berbagai konten berkualitas tinggi, termasuk video on-demand dan platform seperti YouTube. Hal ini menggambarkan bahwa program televisi perlu beradaptasi dengan teknologi digital agar dapat bertahan di industri media yang semakin kompetitif.

Selain itu, dari sudut pandang industri media, konvergensi media sangat erat kaitannya dengan pemasaran konten dan strategi pemasaran. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform streaming, televisi dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui iklan digital dan kemitraan dengan platform video on-demand (Putra, 2020). Untuk itu, memahami peran konvergensi media dalam manajemen program siaran menjadi semakin penting bagi industri penelitian.

Hingga saat ini, banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai konvergensi media dalam konteks media digital dan televisi. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2019) meneliti bagaimana integrasi media sosial dalam program televisi dapat meningkatkan interaksi penonton. Menurut temuan penelitian tersebut, penggunaan media sosial dalam program televisi dapat meningkatkan keterlibatan penonton dan durasi program. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wijaya (2021) juga meneliti bagaimana strategi multi-platform dapat meningkatkan pengenalan merek untuk program televisi.

Namun, masih banyak penelitian untuk memahami bagaimana konvergensi media diterapkan secara khusus dalam pengelolaan program dokumenter perjalanan seperti Dunia Punya Cerita. Mayoritas penelitian lebih berfokus pada program berita atau hiburan, namun pembuat film dokumenter memiliki perspektif yang berbeda, seperti bagaimana melaporkan cerita yang menarik di berbagai platform media.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran konvergensi media dalam pengelolaan program televisi Dunia Punya Cerita di Trans TV. Penelitian ini akan mengkaji strategi yang digunakan oleh tim produksi untuk mendistribusikan tayangan tersebut ke berbagai platform serta bagaimana respon pengguna terhadap konten yang didistribusikan di beberapa platform.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu industri penelitian dalam memahami bagaimana memaksimalkan strategi konvergensi media untuk meningkatkan jumlah penonton program televisi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para akademisi dalam mengembangkan penelitian mengenai manajemen media dan komunikasi di era digital.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam. Data akan diperoleh dengan mengamati konten yang ditampilkan di berbagai platform, dan menganalisa reaksi audiens terhadap program ini di media sosial. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi konvergensi media dalam industri penelitian.

Secara ringkas, penelitian ini mengkaji bagaimana industri televisi, khususnya Trans TV, mendukung digitalisasi melalui konvergensi media dalam manajemen programnya. Diharapkan dengan memahami strategi yang digunakan dalam program Dunia Punya Cerita, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pemirsa tayangan televisi di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Manajemen Pengelolaan Program Siaran Dunia Punya Cerita Trans TV Di Era Konvergensi?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk Menganalisis Manajemen Pengelolaan Program Siaran Dunia Punya Cerita Trans TV Di Era Konvergensi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu komunikasi, khususnya di bidang konvergensi dan manajemen media. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para akademisi yang ingin memahami bagaimana konvergensi media diimplementasikan di industri televisi dan bagaimana pengaruhnya terhadap strategi produksi dan distribusi. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan untuk meninjau literatur mengenai teori agenda-setting dalam konteks penelitian dan media digital, yang akan memungkinkan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam dalam pengembangan strategi komunikasi media.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada industri media, khususnya Trans TV, tentang bagaimana memaksimalkan strategi konvergensi media untuk meningkatkan efektivitas manajemen program siaran. Dengan memahami perilaku konsumen di berbagai platform, manajer produk dapat mengembangkan strategi distribusi konten yang lebih efektif, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan jangkauan program. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh para praktisi media untuk menjawab tantangan digitalisasi dan mengembangkan strategi penelitian yang lebih fleksibel dalam kaitannya dengan kemajuan teknologi.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pada seminar ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti memaparkan permasalahan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, urgensi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat beberapa penelitian sebelumnya atau referensi dan tinjauan pustaka yang terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka teori, konsep penelitian, kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan metode dan pendekatan penelitian apa yang digunakan dalam penelitian, terdiri dari desain penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, subjek penelitian, fokus penelitian, sumber data, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan isi dari penelitian.