

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan latar belakang teknologi yang berkembang pesat. Ditandainya dengan perkembangan berbagai teknologi informasi di masyarakat. Munculnya berbagai jenis industri media merupakan wujud nyata berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu yang mengalami perkembangan adalah televisi, dimana televisi mengalami peralihan siaran dari analog ke digital.

Program yang ditampil oleh stasiun swasta di Indonesia mengalami perkembangan industri media dengan berbagai acara yang berkualitas. Informasi yang disajikan oleh stasiun televisi pula diperlukan untuk membantu masyarakat apa yang sedang terjadi di sekitarnya. Maka dari itu, informasi yang ditampilkan oleh media harus akurat dan bermanfaat untuk masyarakat.

Salah satunya yaitu televisi yang masih menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat hingga saat ini. Meskipun media sosial saat ini lebih banyak menyita perhatian khalayak, namun televisi masih tetap diminati oleh masyarakat. Terbukti dari tingginya jumlah penonton dari riset Nielsen menunjukkan kenaikan jumlah penonton TV Indonesia dengan

hasil pengukuran fase pertama jumlah penonton Televisi (TV) analog maupun digital yang naik dari 58,9 juta penonton menjadi 96 juta penonton hingga bulan Juli 2022, atau naik sekitar 70-an persen.¹

Menurut data PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek), RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki penonton terbanyak pada periode 22 Mei-18 Juni 2022, dengan pangsa penonton (audience share) sebesar 18,9%.² Stasiun televisi ini masih menjadi yang paling diminati karena sebagian masyarakat Indonesia menyukai program unggulan dari RCTI yaitu sinetron.

Pertumbuhan industri TV tidak hanya sampai di analog namun kini hadir dalam bentuk tv digital. Salah satu kota yang memiliki pertumbuhan industri televisi yang cukup pesat ialah Bekasi. Yakni TV Digital yang berasal dari Cikarang yaitu BRTV. Pertumbuhan tv digital ini menjadikan industri televisi di Bekasi menjadi sangat dinamis.

Kemajuan media televisi tidak lepas dari perhatian penonton dan iklan, karena industri media membutuhkan banyak penyedia iklan dan menjadikan acara tv sebagai program favorit untuk bertahan di masa depan. Salah satu tantangan dalam industri media pertelevisian yaitu mempertahankan

¹ Ulfa Jainita, "Riset Nielsen Tunjukan Kenaikan Jumlah Penonton TV Indonesia", <https://www.antaraneews.com/berita/3010785/riset-nielsen-tunjukkan-kenaikan-jumlah-penonton-tv-indonesia>, Kamis, 21 Juli 2022

² ViKA Azkiya Dihini, "Stasiun TV Indonesia dengan Penonton Terbanyak, Siapa Juaraannya?", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/stasiun-tv-indonesia-dengan-penonton-terbanyak-siapa-juarannya>, 06 Juli 2022

eksistensinya dengan bersaing dengan beberapa media lain untuk mendapatkan tarik minat penonton. Hal ini menjadi penunjang bagi industri TV digital BRTV untuk tetap mempertahankan eksistensinya di masa mendatang di tengah banyaknya pesaing atau perkembangan yang semakin pesat.

Penonton merupakan bagian penting dari sebuah stasiun televisi karena tanpa adanya penonton, siaran di televisi akan memberikan efek negatif, karena kehadiran penonton akan mempengaruhi iklan yang masuk dan menjadikan program favorit karena memiliki jumlah penonton yang cukup banyak. Bagi sebagian penonton, televisi adalah cermin perilaku manusia. Televisi mendorong kita untuk menerima lebih banyak informasi, hiburan, dan banyak lagi. Selain itu, stasiun televisi juga perlu mempertahankan penonton untuk menarik iklan karena setiap segmen siaran dalam satu hari berubah sesuai dengan hari, dalam seminggu bahkan sepanjang tahun.

Sama dengan halnya BRTV yang merupakan salah satu stasiun TV digital yang baru dalam industri media massa, hal itu menjadi tantangan baru untuk meningkatkan eksistensinya agar bisa mengudara seperti beberapa stasiun televisi lain yang sudah lebih dulu banyak dikenal masyarakat, maka dari itu setiap program media siaran memiliki kendali atas paradigma yang biasa disebut *rating*, yaitu jumlah massa penonton yang dapat diidentifikasi berdasarkan program dan arahnya. Dengan cara strategi program didasarkan, pertama pada alasan keuangan dan kemudian pada alasan lainnya, misalnya

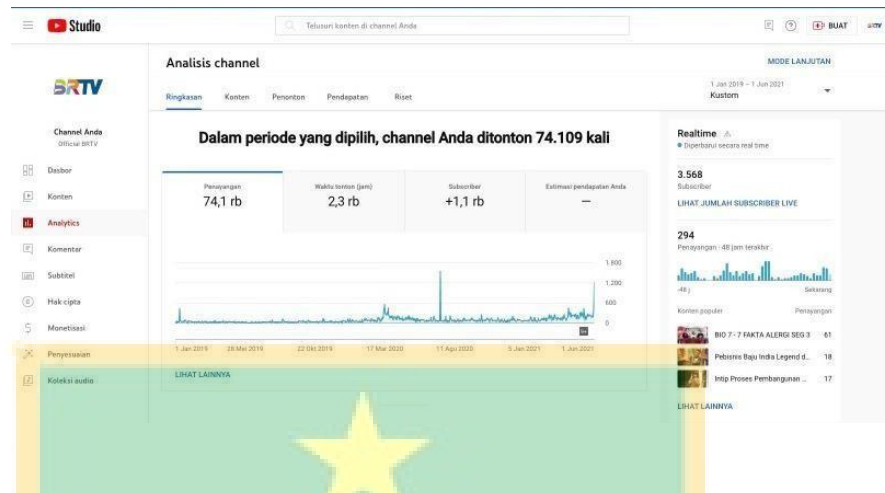
pembentukan masyarakat dan perkembangan budaya.³

BRTV merupakan stasiun televisi digital yang mengusung konsep religi dengan beberapa program yang dihadirkan antara lain diary muslimah, lentera islam, para pencari pahala, etalase indonesia, bisnis anda, amazing student, ngobrol bareng, agenda kita, chat sepekan. Walaupun BRTV salah satu televisi digital yang mengusung religi, namun BRTV memiliki program berbeda dibanding program lainnya yaitu program bergenre talkshow Etalase Indonesia.

Program Etalase ini merupakan program talkshow yang menghadirkan dua presenter. Memiliki konsep berbeda dengan program lainnya, dapat dibedakan dengan program yang lainnya yaitu membahas topik terhangat, vide viral, tips and trik, rekomendasi tempat wisata serta menghadirkan narasumber yang sebagian dokter untuk membahas penyakit yang biasanya sedang gencar dirasakan oleh masyarakat Indonesia.

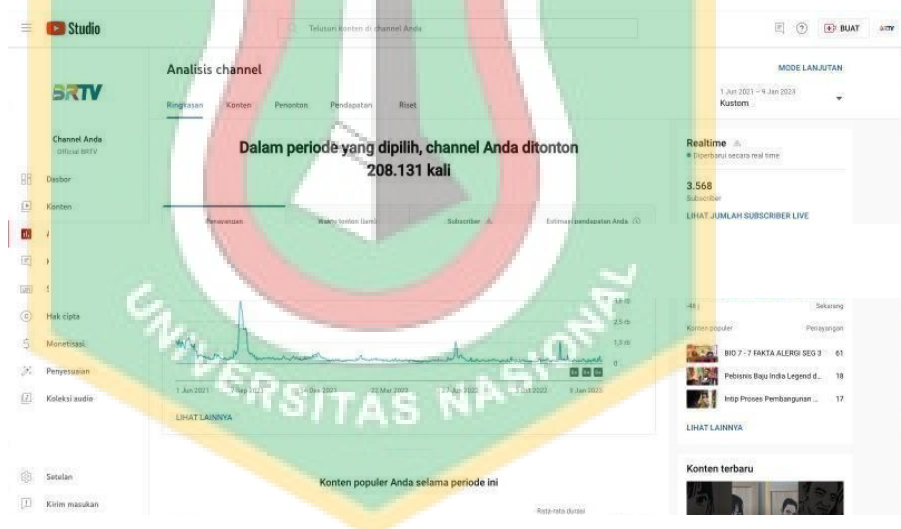
Menurut data penonton youtube BRTV sebelum ada tayangan program Etalase Indonesia memiliki jumlah penonton 74.109 kali. Program pada saat itu terdiri dari lentera islam, diary muslimah, para pencari pahala, agenda kita, amazing student, bisnis anda, ngobrol bareng, berita siang, berita petang, berita malam. Dengan data penonton itu tergeraklah BRTV dengan menambah satu program yaitu Etalase Indonesia.

³ Nurudin. *Televisi Agama Baru Masyarakat Modern* (Malang: UMM Press, 2007), h. 67.



Gambar 1.1 Data Penonton Sebelum Program Etalase Indonesia

Setelah adanya program Etalase Indonesia ini terus meningkat dengan jumlah penonton 208.131 kali.



Gambar 1.2 Data Penonton Setelah Program Etalase Indonesia

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa saat ini semua stasiun televisi memiliki program yang dikemas semenarik mungkin untuk menarik perhatian masyarakat. Begitu pula dapat dilihat dengan jumlah penonton begitu meningkat sejak adanya program Etalase Indonesia yang menjadi acuan untuk terus mengkaji ide kreatif untuk menarik penonton.

Etalase Indonesia merupakan program *talkshow* yang dimiliki BRTV dengan memiliki segmen pertama yaitu membahas video viral, tips and trik, rekomendasi tempat wisata, serta segmen dua dan segmen ketiga ada talkshow yang menghadirkan sebagian narasumber dokter dan membahas penyakit yang sedang kebanyakan masyarakat keluhkan.

Tidak dipungkiri lagi bahwa saat ini semua stasiun televisi memiliki program yang dikemas secara menarik untuk menarik perhatian penonton. BRTV ini adalah salah satu stasiun televisi yang terbilang masih berkembang tahap proses kesuksesan menyusul televisi lainnya. Stasiun televisi di Indonesia sukses berkat adanya strategi tim kreatif yang mengimplementasikan ide-ide konsep untuk program yang ditayangkan, maka dari itu ini menjadi suatu hal yang perlu dipikirkan untuk BRTV dalam menarik penonton untuk kesuksesan BRTV melalui program Etalase Indonesia. Program Etalase Indonesia memerlukan strategi tim kreatif untuk implementasikan ide-ide konsep yang menarik agar program yang disajikan dapat mensukseskan stasiun televisi digital BRTV.

Hal ini menarik untuk dicermati dengan melihat program Etalase Indonesia ini memiliki berbagai segmen, dalam hal ini bagaimana peranan tim kreatif program Etalase Indonesia dalam mengemas dan membingkai program Etalase Indonesia agar dapat di terima oleh penonton. Berdasarkan dari pemikiran tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji Strategi Tim Kreatif Pada Program Talkshow Etalase Indonesia BRTV Dalam Menarik Penonton.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah **“Bagaimana Strategi Tim Kreatif Pada Program Talkshow Etalase Indonesia BRTV Dalam Menarik Penonton?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti menyimpulkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dalam proses Strategi Tim Kreatif Pada Program Talkshow Etalase Indonesia BRTV Dalam Menarik Penonton.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Ilmu Komunikasi pada umumnya, khususnya jurnalistik. Peneliti memberikan kontribusi dalam pengembangan Strategi Tim Kreatif, khususnya program- program yang kekinian. Peneliti memberikan penelitian yang dimana program televisi mempunyai Strategi Penayangan yang efektif dalam menarik penonton.

b) Manfaat Praktis:

Peneliti memberikan tenaga dan waktu secara praktis yang berguna bagi staff tim kreatif dan penonton.

1.5 Sistematika Penulisan

Supaya mempermudah serta memberikan penjelasan yang lebih

terarah, maka disusun sistematika penulisan yang dibagi menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN :

Pada Bab I ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, serta tujuan penelitian yang menjelaskan bagaimana Strategi Tim Kreatif Pada Program *Talkshow* Etalase Indonesia Dalam Menarik Penonton. Selain itu, juga terdapat manfaat penelitian berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis serta adanya sistematika penulisan sebagai bagian dari rancangan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Bab II ini terdapat tinjauan pustaka. Dalam tinjauan pustaka terdapat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian mengenai Strategi Tim Kreatif Pada Program *Talkshow* Etalase Indonesia Dalam Menarik Penonton, yang terdapat teori mengenai Strategi Tim Kreatif Pada Program *Talkshow* Etalase Indonesia Dalam Menarik Penonton. Serta terdapat kerangka pemikiran, yang menjelaskan mengenai pola penelitian yang akan dilakukan peneliti.

BAB III METODELOGI PENELITIAN :

Bab III ini berisikan Metodologi Penelitian mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yang dijelaskan meliputi pendekatan kualitatif jenis penelitian menggunakan deskriptif, pengambilan data menggunakan wawancara, dan observasi, kemudian narasumber penelitian ini dari Kru BRTV TV Digital. Teknik pengolahan dan analisis data yang akan dilakukan, hingga data akhirnya dapat disampaikan dalam bentuk laporan serta lokasi dan jadwal penelitian nantinya akan dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN :

Bab IV ini membahas hasil dan pembahasan permasalahan, pengolahan data, observasi yang dilakukan penulis pada saat wawancara kepada Informan.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V ini berisikan kesimpulan dan saran hasil dari pembahasan penelitian.

