

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Musik merupakan salah satu bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Selain menghibur, musik dapat mencerdaskan manusia dan terapi kesehatan untuk mengobati stress pada manusia. Lantunan musik biasanya di buat untuk menggambarkan keadaan tertentu, baik itu susah, senang, sedih, atau pun menggambarkan hal yang lain. Sehingga kita bisa menikmati musik sesuai dengan apa yang kita sukai dapat memberikan inspirasi, kecerdasan otak, dan yang pasti bisa menghibur pendengarnya.

Program hiburan yang saat ini disukai oleh masyarakat adalah jenis program yang berkaitan dengan musik, karena musik sulit dipisahkan dari kehidupan manusia, seiring dengan berkembangnya media elektronik seperti radio dan televisi yang dapat di terima dengan mudah di masyarakat. Hampir seluruh saluran stasiun televisi yang menayangkan program musik ataupun program *variety show* yang dapat diterima dengan baik di masyarakat.

Salah satu acara yang mampu mempertahankan eksistensinya cukup lama adalah program Inbox SCTV yang mempunyai perbedaan dengan musik lainnya, karena Inbox SCTV bukan hanya sekedar program musik, karena konsep yang diambil oleh Inbox semakin dengan perkembangan zaman dan minat penonton maka Inbox beralih ke acara yang lebih cenderung ke acara hiburan, tidak hanya sekedar musik saja.

Sebuah program hiburan dapat diproduksi sendiri oleh stasiun televisi, namun kebanyakan program hiburan diproduksi oleh pihak lain, khususnya rumah produksi atau *production house* (PH). Secara umum produksi program hiburan untuk televisi terbagi atas dua jenis berdasarkan penempatan waktu siarannya: 1) program untuk waktu siaran utama (*prime time series*) dan 2) program untuk waktu siaran lainnya (*day time series*). Dengan demikian dalam merencanakan produksi, pengelola stasiun televisi sejak awal sudah mengetahui peruntukan suatu program. (Morissan 2005, hlm.277)

Adanya program pasti tidak lepas dari adanya media, Inbox ada di stasiun televisi yaitu SCTV, televisi sendiri merupakan salah satu media massa yang paling dikenal oleh masyarakat. Di televisi, masyarakat bisa melihat dan memilih beraneka ragam tayangan dan program yang sudah di kemas dan siap untuk ditonton. Berbagai tayangan dan program di buat oleh stasiun TV supaya mendapatkan perhatian dari masyarakat. Dari sinilah lahir berbagai macam jenis program yang menjadi unggulan di setiap stasiun televisi. Setiap stasiun televisi memaksimalkan setiap perkembangan teknologi yang ada untuk meningkatkan tayangan dan programnya, sehingga nantinya program itu akan menarik dan bermanfaat bagi masyarakat. Banyak acara-acara tertentu yang justru kurang berkualitas karena isinya tidak mendidik (menayangkan hal yang tidak semestinya), menjadi populer, dominan dan menyedot perhatian pemirsa. Disinilah timbul adanya persaingan antar stasiun televisi di Indonesia yang menuntut penampilan yang bagus dan layak dari setiap tayangan dan program stasiun televisi itu sendiri.

PT. Surya Citra Televisi (SCTV) yang sudah 25 tahun ada dipertelevisian Indonesia dan merupakan stasiun televisi yang memiliki jangkauan siaran nasional dan memiliki 41 stasiun transmisi yang mampu menjangkau lebih dari 133 juta penonton televisi di Indonesia. Stasiun televisi SCTV saat ini memiliki banyak program-program yang beragam seperti berita, sinetron, musik, *infotainment*, *variety show*, *film*, olahraga, acara penghargaan, *talent show*, dan lain-lain. SCTV merupakan stasiun televisi swasta kedua (berdasarkan waktu mengudara) di Indonesia. SCTV lahir pada 24 Agustus 1990 sebagai stasiun televisi lokal di Surabaya. Meski tanggal tersebut ditetapkan sebagai tanggal lahir SCTV, namun baru tanggal 1 Januari 1993, SCTV mendapatkan izin sebagai televisi nasional.

Penulis melakukan penelitian pada program di media televisi bertajuk Inbox yang ditayangkan di stasiun SCTV ini karena program acara tersebut memang memiliki berbagai aspek yang menarik untuk diteliti. Hal umum yang membuat Inbox menjadi menarik untuk diteliti adalah karena program acaranya yang tayang bukan di waktu *prime time* televisi, sebenarnya siapakah target penontonnya jika acara ini di tayangkan pada jam-jam sibuk dan kenapa bisa program ini bertahan cukup lama sampai saat ini.

Kehadiran penonton/audien sangat lekat dengan keberadaan sebuah acara di televisi, tanpa penonton suatu program acara bukan apa-apa. Karena penonton sangat mempengaruhi sebuah *rating* suatu program acara di televisi. Tidak ada penonton sudah pasti sebuah program acara tidak akan bertahan lama, berbanding terbalik jika yang menonton banyak, program acara akan bertahan lama bahkan bertahun-tahun. Sama halnya dengan acara musik Inbox di SCTV, Inbox yang sudah tayang hampir 9 tahun tetap mempertahankan eksistensi program mereka hingga saat ini di stasiun televisi yang menaungi mereka. Segmentasi audien mereka adalah semua umur namun di fokuskan kepada ibu-ibu rumah tangga dan juga remaja.

Sudah menjadi kelaziman jika masyarakat selalu membandingkan antara popularitas sebuah acara televisi dengan mutu yang bernilai positif bagi masyarakat. Orientasi sistem *rating* kuantitatif terhadap program televisi menjadi patokan yang tidak tergoyahkan oleh para pengelola stasiun televisi. ABG Nielsen salah satu lembaga pemeringkat *rating*, selama ini tidak ada yang menandingi. Akibatnya para praktisi layar kaca lebih banyak tunduk terhadap *rating* AGB Nielsen, dibandingkan dengan upaya untuk memberikan tontonan bermutu dan mencerdaskan bangsa dalam prespektif ideal. (Jurnal Komunikasi, Vol 1, No.1, 2009, hlm.52-61)

Segmentasi audien adalah suatu konsep yang sangat penting dalam mengembangkan bisnis penyiaran. Segmentasi diperlukan agar media penyiaran dapat melayani audiennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju. Untuk menayangkan suatu program misalnya, pengelola media penyiaran harus tahu betul siapa yang akan menjadi audiennya. (Infotainment: "Antara Produksi, Rating, dan Iklan", Observasi Vol. 4, No. 2, 2006, hlm. 1-3)

Segmentasi audien dapat didefinisikan sebagai suatu proses untuk membagi-bagi atau mengelompok-kelompokkan audien ke dalam kotak-kotak yang lebih homogeny. Khalayak audien umum memiliki sifat yang sangat heterogen, maka akan sulit bagi media penyiaran untuk melayani semuanya . Oleh karenanya harus dipilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan segmen lainnya. Bagian atau segmen yang dipilih itu adalah bagian yang homogen yang memiliki cirri

yang samadan cocok dengan kemampuan media penyiaran untuk memenuhi kebutuhan mereka. (Morissan 2005, hlm.148)

Program INBOX ini hadirkan dengan tampilan berbeda bagi pemirsa ini adalah cara musik yang disiarkan *live* setiap hari ini dikemas baik sehingga menjadi tontonan segar di pagi hari. Acara yang pertama kali dimulai pada senin 3 Desember 2007 ini mampu menghibur dengan menampilkan penyanyi–penyanyi solo maupun band dan juga tangga lagu *terupdate*. Selain itu program INBOX juga memasukan beberapa segmen yang mampu mempertahankan *ratingnya* sampai saat ini seperti *Improv Comedy*, *Improv Comedy Competition*, *Dubbox Competition*, *Dubbox Celebrity*, *Chef Inbox*, *Inbox Siapa Dia*, *Inbox Gotong Royong*, *Inbox Iseng*, *Inbox Dance Icon*, dan *Inbox Dubbox Competition Kids*. Program musik ini di pandu oleh artis dan *presenter* terkenal seperti Andhika Pratama, Rizky Firdaus Wijaksana (Uus), Gading Marten, Rina Nose, Kartika Putri, Ferry Maryadi, Prilly Latuconsina dan Audi Marissa. INBOX sendiri tayang setiap hari pukul 08.00 WIB – 10.00 WIB pagi.

INBOX menyuguhkan band-band *live performonce* dan *chart-chart* dari band-band baik pendatang baru maupun lama yang di update setiap harinya. INBOX juga memiliki *INBOX Awards*, dimana *INBOX Awards* merupakan penghargaan yang diberikan oleh acara INBOX kepada musisi-musisi indonesia dengan berbagai kategori yang dilombakan dan diadakan sejak tanggal 24 Agustus 2008 dan terus berlangsung setahun sekali.

Hal yang sangat diperhitungkan oleh pengelola stasiun televisi adalah *rating* atau peringkat acara yang menjadi indikator minat masyarakat terhadap suatu acara. Pemilik stasiun televisi perlu memperhitungkan *rating* acara dan menjadikannya patokan untuk mengelola siarannya. Setiap produk acara yang mendapat *rating* tinggi akan mengundang pemasukan iklan yang besar, dan stasiun televisi biasanya tidak akan segan memutar ulang program yang populer. Sebaliknya produk yang *ratingnya* tidak meranjak naik terkadang harus diubah untuk meningkatkan minat penonton. (Morissan 2005, hlm 278)

Memiliki fokus untuk menyajikan sajian hiburan yang inovatif dan tidak membosankan, program musik Inbox SCTV juga menyajikan tayangan edisi gerhana matahari total, yang mana gerhana matahari total merupakan kejadian

alam yang sangat jarang terjadi di muka bumi ini, apalagi sampai melewati Indonesia.

Gerhana matahari total ini bisa disaksikan dengan jelas di 12 provinsi dari Indonesia bagian barat sampai timur. Untuk wilayah Indonesia bagian barat, waktu puncak terjadinya gerhana adalah pada pukul 7.20 WIB dan 07.21 WIB. Untuk Indonesia bagian tengah, puncak gerhana matahari total terjadi pada pukul 08.35 WITA. Sedangkan untuk waktu Indonesia bagian timur, puncak gerhana ini terlihat pada pukul 09.51 WIT. Disini tim produksi Inbox memiliki kepekan untuk menayangkan secara langsung acara Inbox diikuti dengan nonton bersama gerhana matahari total yang disiarkan secara *live* di stasiun televisi SCTV. Hasilnya pada hari itu *rating* Inbox naik secara tidak diduga ke posisi kedua pada tanggal 9 Maret 2016. Edisi ini Inbox meraih *rating* 5,2 poin dan share 31,2%.

Kesuksesan atas berlangsungnya program INBOX sangat erat hubungannya dengan kerja sama tim produksi, sebab program televisi memiliki banyak tim atau rekan kerja yang bergerak disektor-sektor penting produksi program. Misalkan, adanya *Producer, Director, Production Assistant (PA), Team Kreatif, Cameraman, Audio Technique, Tim Lighting*, dan lain-lain. Keseluruhan dari tim-tim produksi harus mampu melakukan komunikasi dengan baik. Mampu berkerja sama satu sama lainnya, dan mampu membangun tanggung jawab masing-masing.

Adanya Program musik INBOX di stasiun SCTV terbukti berhasil memasuki pasaran acara musik di Indonesia. Selain Program acara musik INBOX SCTV ada pula program-program kompetitor musik lainnya seperti: Dahsyat RCTI, Breakout NET, dan lain-lain. Adapula program musik yang mulai tergeser dan akhirnya tidak lagi meneruskan programnya karena kukuhnya program musik yang masih bertahan hingga saat ini, seperti MTV Ampuh Global TV, Derings Trans TV, Klik ANTV, dan program musik lainnya.

Dalam hal eksistensi program musik INBOX ini sudah hampir 9 tahun ada di pertelevisian Indonesia, yang mana program acara INBOX tetap diminati oleh target *audience*, oleh sebab itu menjadi ketertarikan sendiri bagi peneliti untuk melakukan penelitian di stasiun televisi SCTV pada program musik INBOX dalam hal mempertahankan eksistensi programnya.

Penelitian ini memiliki kaitan yang sama dengan beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti yang lain, namun mempunyai objek dan hasil yang berbeda. Adapun penelitian yang dikaji dan dijadikan sebagai beberapa referensi adalah penelitian dari Zona Harumi Sibarani yang berjudul Strategi Produser Dalam Meningkatkan *Rating* Program *Music Everywhere* di NET TV, Wahyu Setiawan yang berjudul Strategi Produser Dalam Meningkatkan *Rating* dan *Share* Pada Berita Topik Pagi ANTV, dan yang terakhir dari Guntur Mahardika yang berjudul strategi Produser Dalam Meningkatkan *Rating* Program Musik Dahsyat RCTI.

Maka dari latar belakang penelitian ini, penulis memilih penelitian dengan judul “STRATEGI PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM MUSIK INBOX DI STASIUN TELEVISI SCTV (Studi Kasus Pada Program Inbox SCTV Edisi Gerhana Matahari Total)”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti merumuskan penelitian ini dengan proses-proses pelaksanaan program musik Inbox di stasiun televisi SCTV. Dalam hal ini peneliti meneliti bagaimana strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program musik INBOX di stasiun televisi SCTV?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, peneliti memberikan tujuan peneliti sebagai berikut: Memahami dan mengkaji lebih dalam mengenai Strategi Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Musik INBOX SCTV (Studi Kasus Pada Program Inbox SCTV Edisi Gerhana Matahari Total).

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang strategi produser dalam mempertahankan eksistensi suatu program hiburan musik televisi, agar dapat menjadi tontonan yang menarik dan menghibur. Sebagaimana

penelitian ini di tujukan pada program Inbox yang di tayangkan oleh stasiun televisi SCTV.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan berguna untuk mengembangkan potensi yang akan datang dalam bidang *broadcasting* ataupun jurnalistik dalam memberikan hiburan ke khalayak luas dan dapat di tonton oleh semua lapisan masyarakat baik yang sudah tua ataupun muda.

I.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan skripsi ini, dilakukan dengan cara mengelompokan materi menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian-uraian mengenai latar belakang penulisan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang uraian mengenai teori-teori yang relevan digunakan sebagai dasar pemikiran dan memberikan arah dalam melakukan penelitian dan definisi konsep yang sedang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian yang akan dipakai, objek penelitian, teknik pengumpulan sumber data, penentuan key informan, dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, waktu dan tempat penelitian.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Bab ini membahas tentang analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

BAB V PENUTUP

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti yang berkaitan dengan skripsi, berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

