

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu, diperkirakan jumlah televisi baru di Indonesia akan terus bermunculan, baik televisi swasta maupun berlangganan, karena kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, dan pemirsa televisi Indonesia mempunyai banyak pilihan untuk menikmati acara televisi baru saat ini. Televisi di Indonesia saat ini nampaknya berkembang semakin pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya jenis tayangan baru yang ditampilkan di layar. Saat ini setiap stasiun televisi berusaha menyajikan tayangan yang mampu menarik perhatian pemirsa televisi dan mencuri perhatian masyarakat. Maka stasiun televisi perlu memperkuat ciri khasnya yang dapat membedakannya dengan stasiun televisi lainnya.

Komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata komunikasi media massa (Komunikasi yang menggunakan media massa). Media yang dimaksud adalah 33 media yang dihasilkan oleh teknologi modern, contohnya seperti media radio, televisi, film dan surat kabar. Kita perlu memahami bahwa kata “massa” yang terselip dalam kata komunikasi massa memiliki perbedaan dengan massa dalam artian secara umum. Kata “massa” dalam arti umum lebih terkait secara sosiologis, yaitu kumpulan individu yang berada di suatu lokasi tertentu. Sementara kata “massa” dalam arti komunikasi massa lebih terkait dengan orang yang menjadi sasaran media massa atau penerima pesan media massa. Mereka digambarkan sebagai orang banyak yang tidak harus berada di lokasi yang sama, bisa tersebar di berbagai lokasi, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan menerima pesan komunikasi massa yang sama. Umumnya kata “massa” bisa disebut khalayak, audiens. Selain itu terdapat pula istilah-istilah khusus yang menggambarkan massa sesuai dengan media yang digunakan, yaitu penonton/pemirsa untuk media televisi dan film, pembaca untuk media cetak, pendengar untuk media radio.

Menurut Denis McQuail, komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri yang membedakannya dari jenis komunikasi lainnya (2011, p. 33): 66 Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal, dan

“sang pengirim” nya seringkali merupakan komunikator profesional. Pesannya tidak unik dan beragam, serta dapat diperkirakan. Pesan seringkali “diproses”, distandarisasi, dan selalu diperbanyak. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan mungkin seringkali bersifat nonmoral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada individu dan pesan yang diperjualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.

Peran menurut (Soejono Soekanto) Merupakan suatu aspek dinamis apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan tugasnya. Menjalankan suatu peran harus memiliki karakteristik dalam melaksanakan tugas, kewajiban dan tanggung jawab yang telah diberikan.

Produser berperan sebagai penanggung jawab atas seluruh pelaksanaan kegiatan produksi. Produser berkordinasi pelaksanaan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam menjalankan tugasnya seorang produser. Seorang produser haru memiliki kemampuan berfikir dan menemukan ide atau pemikiran dalam suatu tulisan untuk suatu program acara secara baik dan sistematis serta mempunyai kemampuan untuk berbinis dan bekerjasama kepada tim (Suprpto, Pengantar Teori Komunikasi: 2006).

Dalam melaksanakan *Perannya produser* akan selalu berusaha mengembangkan program siaran, serta akan mengawasi keseluruhan tahapan produksi, sejak dari preproduction meeting sampai post production dan sebagai seorang produser yang mempunyai tanggung jawab penuh untuk setiap unsur teknik dan perekayasaan yang semuanya dituangkan ke dalam bentuk suatu program.

Televisi telah menjadi kebutuhan pokok yang dikenal oleh berbagai kalangan hingga pelosok negeri, karena kemampuannya menjangkau audiens yang luas. Televisi memiliki beragam fungsi, mulai dari sumber informasi, kontrol sosial, media edukasi, hingga hiburan. Perkembangannya juga sangat pesat; Teknologi televisi saat ini berbeda jauh dari ketika pertama kali ditemukan, meskipun prinsip dasarnya tetap sama. Dalam perkembangannya, program televisi di Indonesia saat ini lebih banyak fokus pada konten hiburan daripada edukasi. Stasiun televisi

cenderung lebih mengutamakan peningkatan rating dan share daripada mempertimbangkan apakah acara yang ditayangkan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Di Indonesia ketentuan mengenai stasiun penyiaran berlangganan telah diatur dalam UU No. 32/2002 dan juga untuk pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 2005 (PP 52/2005) tentang penyiaran lembaga penyiaran berlangganan. Dalam ketentuan tersebut stasiun penyiaran berlangganan harus berbadan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan yang menyebarkan materi siaran secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia atau media informasi lainnya.

Perkembangan digitalisasi saat ini terus mengalami peningkatan. Terlihat dari segi kualitas maupun kuantitas penggunaan teknologi digital. Bahkan teknologi digital merambah di dunia pertelevisian. Penerapan televisi (TV) digital ini pun diperkuat dengan kebijakan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Kemenkominfo rencananya akan melakukan Analog Switch Off (ASO) secara bertahap

Semakin banyak perusahaan yang menawarkan layanan TV Kabel berlangganan, sebut saja Indovision, MNC TV, First Media. Selain itu, hiburan TV berlangganan lainnya seperti Netflix, Disney+, HBO Max, Viu, dan sebagainya menambah variasi hiburan bagi masyarakat Indonesia. Apalagi di masa pandemi saat ini banyak waktu yang diluangkan untuk beraktivitas di dalam rumah.

Perkembangan televisi berlangganan dimulai 1948 dari sebuah kota kecil di Mahony City, Pennsylvania, AS. Pemilik sebuah toko yang menjual pesawat televisi di kota itu mengalami kesulitan dalam menjual pesawat televisinya. Hal ini disebabkan pesawat televisi yang berada di Mahony City tidak dapat menerima sinyal televisi yang dipancarkan dari kota tetangganya Philadelphia karena terhambat oleh perbukitan yang berada di dekat kota itu. Dalam system televisi kabel terdapat tiga komponen utama yang bekerja, yaitu: 1) CSO atau Beadend, 2) Sistem Distribusi, 3) Saluran Rumah. CSO terdiri atas antenna dan sejumlah peralatan penerima yang berfungsi menangkap sinyall dari stasiun televisi yang lokasinya jauh dari CSO.

Pada siaran televisi berbayar atau berlangganan, sinyal dipancarkan secara broadcast, namun hanya pelanggan yang berlangganan yang dapat menerima siaran tersebut. Sistem ini memungkinkan penyedia layanan televisi berlangganan untuk mengontrol akses terhadap konten mereka, sehingga hanya pemirsa yang membayar yang dapat menikmati program-program yang ditawarkan. Televisi berlangganan memiliki keunikan tersendiri dalam hal konten yang disuguhkan. Program acara yang ditawarkan oleh televisi berlangganan sering kali merupakan konten eksklusif yang belum pernah ditayangkan oleh stasiun televisi nasional lainnya. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pelanggan, karena mereka dapat menikmati program-program yang tidak tersedia di televisi gratis.

Salah satu televisi berlangganan di Indonesia adalah MNC Channels yang dimiliki oleh MNC Group. MNC Channels menawarkan berbagai program acara yang sebagian besar diproduksi secara mandiri oleh MNC Group. Program-program ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan selera penonton yang beragam, mulai dari hiburan, olahraga, berita, hingga edukasi. Dengan memproduksi sendiri program-program tersebut, MNC Channels dapat memastikan kualitas dan keunikan kontennya, sekaligus membedakannya dari stasiun televisi nasional lainnya.

PT Media Nusantara Citra Tbk, merupakan sebuah perusahaan media yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. MNC Media merupakan perusahaan media terbesar di Asia Tenggara dan merupakan bagian dari MNC Group. MNC Group memiliki beberapa stasiun TV, termasuk RCTI, MNC TV, GTV, dan iNews. Salah satu divisi bisnis MNC Media adalah MNC Channels, yang fokus pada saluran konten dalam industri televisi berbayar di Indonesia. MNC Channels dapat diakses melalui platform seperti MNC Vision, K-Vision, MNC Play, Playbox, dan Vision+ Apps.

Kehadiran televisi berbayar diawali dengan dengan indovision sebagai operator DTH (Direct To Home) yang melakukan siaran via satelit untuk diterima dirumah pelanggan acara yang sekaligus perintis TV berlangganan Indonesia, Bagi Masyarakat TV berbayar atau yang biasa disebut Pay TV bukan sesuatu yang asing. Televeisi berbayar merupakan layanan yang disediakan oleh Perusahaan yang

siarannya hanya untuk dinikmati oleh pelanggan atau pemirsa yang merupakan anggota atau customer televisi berbayar dengan kata lain peruntuk pelanggan yang telah membayar termasuk TV MNC CHANNELS.

Salah satu unit bisnis MNC Media adalah MNC CHANNELS yang bergerak sebagai saluran konten dalam industri televisi berbayar di Indonesia. Kehadirannya dapat disaksikan melalui platform MNC Vision, dan MNC Play. Dalam upaya menyajikan tayangan yang universal dan terbaik, MNC Channels senantiasa mengembangkan channel-channelnya dari waktu ke waktu. Secara spesifik beragam channel dihadirkan dimana menayangkan program-program yang sangat fokus terhadap segmentasi penonton. Hal ini juga untuk mengakomodir kepentingan pihak sponsor dalam memasarkan produk dan jasa sehingga lebih terarah pada khalayak target yang dituju MNC Channels terus mengembangkan variasi siarannya untuk menyajikan tayangan yang universal dan terbaik. Mereka secara khusus menghadirkan program-program yang sangat memperhatikan segmentasi penonton, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pihak sponsor dalam memasarkan produk dan jasa dengan lebih terarah kepada audiens target yang dituju. Dengan menyediakan berbagai hiburan dalam satu tempat, MNC Channels bertekad menjadi pilihan utama bagi keluarga untuk mendapatkan tayangan televisi yang menarik dan bermanfaat. MNC Channels merupakan saluran televisi yang tersedia di Indonesia dan juga disiarkan internasional selama 24 jam, dengan menyajikan beragam informasi, hiburan, dan berita.

MNC Channels juga memiliki berbagai macam Channel yang beragam sesuai dengan kebutuhan dari audiens. Beberapa channel yang ada di MNC Channel yaitu, MNC News, MNC Entertainment, Music Channel, MNC Life Style, MNC Sport, Soccer Channel, Life Channel, Infotainment, Kids TV, Bestmart, Movie Channel, OKTV, Vision Prime, dan Muslim TV.

MNC Channels Sportstars sebagai salah satu media penyiaran televisi yang menyiapkan sebuah program acara olahraga luar maupun dalam negeri yaitu Bintang olahraga. Sportstars memberikan informasi yang terhangat tentang olahraga dan memberikan video cuplike yang menarik bagi penonton televisi.

Sebagian besar penduduk di Indonesia menyukai olahraga, menjadikan berita olahraga mudah diterima dan digemari oleh masyarakat. Salah satu program olahraga yang populer adalah Sport Today. Program ini bertujuan untuk menyajikan informasi terbaru dan terkini mengenai dunia olahraga, baik yang sedang tren di dalam negeri maupun di luar negeri.

MNC Channels menghadirkan berbagai channel olahraga yang menampilkan tayangan seputar dunia olahraga. Melalui berbagai programnya, MNC Channels menyajikan informasi tentang olahraga lokal dan internasional, memberikan liputan mendalam, analisis pertandingan, profil atlet, serta berbagai berita menarik lainnya

Sportstars adalah salah satu program berita jurnalistik yang fokus pada informasi olahraga terkini. Berita olahraga dianggap sebagai jenis berita karena disajikan dalam program televisi dengan menyampaikan peristiwa yang terjadi secara nyata tanpa ada skenario atau rekayasa. Sportstars di MNC Channels adalah program berita olahraga yang disiarkan secara digital. Penayangan memiliki keunggulan tersendiri yang menarik bagi masyarakat. Keunggulannya terlihat dari kualitas gambar dan suara yang lebih baik dibandingkan dengan jenis media televisi konvensional lainnya. Hal ini memungkinkan penonton untuk menikmati siaran yang serupa dengan menonton di layar lebar.



Gambar 1.1 Logo Sport Today

Berita dan olahraga adalah jenis acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta mengenai peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Program-program olahraga di televisi memiliki tujuan untuk memberikan informasi tentang perkembangan olahraga, baik di dalam maupun di

luar negeri, sebagai media perantara dan hiburan yang meraih rating yang tinggi. Program-program ini mencakup berbagai jenis olahraga dan memberikan informasi terbaru tentang dunia olahraga, termasuk siaran langsung pertandingan olahraga, liputan khusus, dan talk show yang membahas topik olahraga. Melalui program-program olahraga ini, penonton dapat menikmati konten olahraga yang meliputi cuplikan pertandingan, prediksi pertandingan, profil pemain, dan pelatih.

Program Sport Today ini mempunyai tampilan yang modern, segar dan kekinian. Dengan menjelaskan Berita olahraga luar maupun dalam negeri, serta background program yang saat ini menggunakan Bahasa kekinian. Sport Today dipandu oleh seorang pembawa acara Wanita dan juga laki-laki. Program Sport Today tayang setiap hari Senin-Jumat pada pukul 19.00-20.00 WIB, Dimana program ini tayang di Sportsstars MNC Channel.

Dalam sebuah produksi televisi, produser merupakan orang yang sangat berpengaruh terhadap penayangan sebuah program televisi, karena dalam tahap praproduksi, produksi, hingga pasca produksi, produser selalu mengawasi proses kerja hingga tercipta suatu tayangan yang siap untuk ditayangkan kepada penonton televisi.



Gambar 1.2 Streaming Sport Today

Sport Today juga menampilkan teaser tayangan streaming yang di produksinya. Hal tersebut agar bisa mendapatkan keuntungan dari agar lebih banyak lagi masyarakat mengetahui dan mengenal program Sport Today.

Dalam hal ini, peneliti memilih program acara SPORT Today di MNC CHANNEL untuk diteliti karena program acara Sport Today mempunyai hal yang dapat memberikan unsur edukatif serta dalam konsep tampilan program look atau

set yang menarik serta unik, Maka peneliti tertarik untuk membahas tugas dan tanggung jawab sebagai produser dalam mempertahankan ekstensi program ditengah persaingan banyaknya program televisi berlangganan yang serupa. Dengan ini peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai ***“PERAN PRODUSER DALAM PROGRAM SPORT TODAY DI SPORTSTARS MNC CHANNELS”***

1.2 Identikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

- a) Bagaimana produser Sport Today dapat mempertahankan eksistensi program di tengah persaingan ketat dengan program olahraga lainnya?
- b) Bagaimana produser Sport Today memastikan program tetap menarik dan relevan bagi pemirsa?
- c) Bagaimana peran produser dalam mengelola tim dan sumber daya untuk memproduksi program Sport Today?
- d) Bagaimana produser Sport Today memastikan kualitas konten program dari pra-produksi hingga pasca-produksi?
- e) Bagaimana produser Sport Today beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan audiens?

1.3 Pembatasan Masalah

Dari permasalahan yang telah dipaparkan, peneliti membatasi masalah agar tetap fokus pada ***PERAN PRODUSER DALAM PROGRAM SPORT TODAY DI SPORTSTARS MNC CHANNELS*** di tengah persaingan yang ketat dengan program-program televisi berlangganan lainnya.

1.4 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut, Bagaimana Proses Produser Dalam Program Sport Today Sportstars MNC Channels?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi:

- a. Proses pra-produksi yang dilakukan pada program 'Sport Today' di sportstars MNC Channels
- b. Proses produksi untuk menjaga kualitas program televisi yang dilakukan pada program 'Sport Today' di sportstars MNC Channels
- c. Proses pasca produksi setelah produksi dilakukan yang dilakukan pada program 'Sport Today' di sportstars MNC Channels

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan dalam memahami peran produser dalam industri televisi, khususnya dalam konteks program Sport Today di Sportstars MNC Channels. Sehingga bisa menjadi referensi bagi mahasiswa dalam penelitian konsentrasi broadcasting atau Penyiaran. Diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat di bidang ilmu komunikasi.

1.6.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang peranan tanggung jawab produser dalam manajemen produksi televisi. Dengan memberikan wawasan mendalam mengenai proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, penelitian ini dapat menambah pengetahuan akademis dalam bidang komunikasi massa dan studi manajemen media. Informasi yang diperoleh dapat menjadi referensi penting untuk penelitian lebih lanjut, membantu akademisi dan mahasiswa memahami dinamika produksi program televisi dan peran krusial produser dalam menjaga kualitas dan keberhasilan program.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis yang berguna bagi produser dan tim produksi dalam industri televisi. Dengan menganalisis langkah-langkah yang efektif dalam proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, penelitian ini dapat menawarkan strategi dan teknik yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas program televisi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu produser dalam beradaptasi dengan kebutuhan dan tren audiens yang berubah, serta dalam menghadapi persaingan ketat di pasar televisi.

berlangganan, memastikan bahwa program-program yang dihasilkan tetap relevan, menarik, dan berkualitas tinggi.