

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah transmisi informasi yang diperoleh dengan mengirimkan rangsangan berdasarkan sumber yang ditanggapi oleh penerima. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai pertukaran ide, memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan, menciptakan interaksi sosial interpersonal. Kata komunikasi diambil dari bahasa latin communication berasal dari istilah komunis adalah komunikasi yang berusaha untuk berbagi sesuatu yang umum demi persatuan karena memiliki arti yang sama bagi proses pemindahan informasi antar individu sehingga komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna yang diucapkan oleh dua orang yang terlibat dalam komunikasi mencerminkan kerangka pemikiran atau perspektif yang digunakan para profesional untuk mengubah komunikasi menjadi proses linier dari pengirim pesan.<sup>1</sup>

Komunikasi melibatkan pemahaman bagaimana orang berperilaku ketika mereka membuat, bertukar, dan menafsirkan pesan. Pesan yang dimaksud adalah informasi. Informasi memang bersifat interpretatif, tidak absolut. Sebagai bagian dari proses komunikasi, informasi dimasukkan sebagai bagian dari pengetahuan ilmiah dan humanistik. Dan proses komunikasi hanya berlangsung antara orang- orang yang memiliki kehidupan

---

<sup>1</sup> Asriwati, *Strategi Komunikasi Yang Efektif, Cet. I* ( Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021) 1-3

sosial. Kita semua tahu bahwa komunikasi hampir selalu terjadi dalam konteks, dalam latar atau situasi tertentu.<sup>2</sup>

Perkembangan dunia komunikasi memang tidak dapat terlepas dengan fasilitas yang namanya internet dan media online. Berbagai fasilitas tersebut merupakan *alternative* yang efektif dalam upaya menghubungkan individu satu dengan individu lainnya agar terjalin hubungan mitra pembangunan yang harmonis, dan saling menguntungkan.

Banyaknya media-media yang semakin maju, media yang paling tetap eksis adalah media penyiaran. Karena media penyiaran pada hakikatnya merupakan salah satu keterampilan dasar manusia jika tidak dapat secara efektif membuat dan menggunakan berita untuk berkomunikasi. Dalam konteks ini, penyiaran layanan publik merupakan alat untuk meningkatkan kapasitas dan efisiensi komunikasi massa.

Seperti dikutip dari *Journal of Communication Science*, *talkshow* sebagai media komunikasi sudah dikenal sejak lama, bahkan masa kejayaan radio sejak John J. Anthony menciptakan *talkshow* radio pertama pada tahun 1930 (*Radio History by Carla Gesell*). - Streeter). Sementara itu di televisi sendiri, acara bincang-bincang tersebut pertama kali ditayangkan pada tanggal 27 September 1954 di jaringan NBC dengan judul “*The Tonight Show*”. Sejak saat itu *talkshow* terus berkembang dan diadaptasi di negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Sejak dua atau tiga tahun lalu, pemirsa Indonesia mulai menonton berbagai macam

---

<sup>2</sup> Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h 46

program obrolan yang beragam. *Talkshow* Indonesia ini pada awalnya dilakukan di Indonesia dengan cara yang agak ketat, diperkenalkan oleh pejabat Indonesia, dan topik serta materi pembicaraan sangat terbatas, mengingat kurangnya kebebasan pers saat itu. Kini, kemasan *talkshow* nya sendiri sudah semakin beragam, segar, penuh diskusi dan debat, karena media sendiri sudah mulai diberi kebebasan untuk lebih terbuka kepada masyarakat.<sup>3</sup>

Strategi adalah suatu rencana kerja yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, strategi dapat dikatakan suatu urutan rencana yang telah dipikirkan secara matang dan dikonseptualisasikan sebagai satu kesatuan sepanjang awal sampai akhir suatu tujuan.<sup>4</sup> Strategi komunikasi mencerminkan Kebijakanaksanaan untuk merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk menyelesaikannya.

Strategi komunikasi merupakan salah satu cara bagi seorang, pemimpin suatu pemerintahan maupun perusahaan untuk mencapai Visi dan Misi dalam membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih sehingga dapat mencapai suatu perencanaan sehingga menghasilkan perubahan yang lebih baik, pendekatan

---

<sup>3</sup> Imanda Qinthara Rahman, “*Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom Pada Acara Talkshow di Televisi*”, (Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom, Bandung, Jawa Barat, 2015), h 2.

<sup>4</sup> Suhandang, Kustiadi, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dakwah*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014). H.101.

Strategi adalah suatu rencana kerja yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, strategi dapat dikatakan suatu urutan rencana yang telah dipikirkan secara matang dan dikonseptualisasikan sebagai satu kesatuan sepanjang awal sampai akhir suatu tujuan.<sup>4</sup> Strategi komunikasi mencerminkan Kebijakan untuk merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk menyelesaikannya. Strategi komunikasi merupakan salah satu cara bagi seorang, pemimpin suatu pemerintahan maupun perusahaan untuk mencapai Visi dan Misi dalam membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih sehingga dapat mencapai suatu perencanaan sehingga menghasilkan perubahan yang lebih baik, pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Seyogyanya strategi komunikasi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip- prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan kedua kata tersebut. Strategi sering dikaitkan dengan Visi dan Misi, walaupun strategi biasanya lebih terkait dengan jangka pendek dan jangka panjang.

Komunikasi dapat efektif jika strategi digunakan dalam komunikasi. Tentunya setiap komunikator memiliki strategi komunikasi yang berbeda. Suatu strategi dapat berhasil dilaksanakan jika setiap komunikator memperhatikan hal-hal yang relevan dengan strategi tersebut, yaitu kondisi pengamatan, keadaan, informasi, efek, dan komunikator. Hal ini dinilai sangat penting karena hubungan antara komunikator dengan komunikan akan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu komunikasi.

Memasuki era baru, dimana persaingan media semakin ketat. Banyak media baru yang bermunculan sebagai sarana informasi dan hiburan. Dalam membuat acara di media tidak hanya sekedar menentukan konsep dan *host* semata, namun perlu banyak hal yang dipikirkan dengan matang agar program dapat berjalan dengan baik.

Program di media sebetulnya program yang dapat memperkaya wawasan akan suatu permasalahan, namun tetap saja program tersebut tidak menarik jika tidak dilakukan upaya-upaya untuk membuat program menjadi menarik. Kunci utama dari kesuksesan program talkshow adalah kemampuan moderator dalam hal ini presenter bisa mengendalikan dan menjaga pembicaraan agar tetap segar, tetapi bisa jadi tegang juga. Tentu saja tema dan pemilihan tokoh yang saling berhadapan yang menjadikan program menarik. Oleh karena itu perencanaan juga merupakan bagian yang paling penting.

Program talkshow ini dapat menjadi program yang membosankan apabila tidak dilakukan upaya-upaya yang membuat program ini menarik. Daya tarik program talkshow ini terletak pada tema atau topik pembicaraan.

Dalam menjalankan program harus punya tema agar tidak melebar kemana- mana dalam wawancara tersebut. Usahakan tema yang menarik dan inspiratif. 3 Podcast dan acara talkshow saat ini sedang naik daun serta bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens di tengah maraknya konten serupa. Jika ingin suatu program tetap menarik dan tidak membosankan di mata audiens, maka perlu beberapa strategi yang efektif.

Suatu program merupakan faktor yang cukup penting dalam mendukung keuangan penyiar TV, karena pemrograman adalah semua yang disiarkan stasiun radio maupun televisi untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya. Program atau acara yang disajikan adalah salah satu faktor yang membuat pemirsa tertarik untuk mendengarkan suatu siaran dari suatu stasiun radio, baik itu radio maupun televisi.

Banyaknya tayangan di media online yang dirasa meresahkan dan berdampak negatif bagi masyarakat juga dapat menyebabkan perubahan perilaku. Tidak terasa masyarakat perlahan-lahan mulai menjauh dari budaya asalnya menuju kebiasaan yang ditunjukkan oleh konten-konten yang disajikan di televisi dan media online.

Saat ini Indonesia sedang memasuki era digital berbasis online. Orang lebih suka menonton program digital berbasis online daripada menonton siaran TV konvensional.

Youtube merupakan portal video yang biasa digunakan sebagai alternatif bagi masyarakat Indonesia untuk mengakses program digital online. Keunggulan Youtube yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja membuat penonton di Indonesia terus meningkat.

Di dalamnya sudah ada video yang diunggah (upload), dan kita tidak perlu menunggu lama untuk melihatnya. Yang juga menarik adalah Youtube juga menawarkan live streaming. Penonton juga bisa berkomentar langsung di kolom yang disediakan. Kehadiran Youtube juga menjadi media sosial yang paling diminati masyarakat karena berisi video berbagai jenis mulai dari hiburan, tips dan trik hingga berita terkini.

Selain itu, Youtube memiliki jangkauan yang sangat luas, tidak hanya di daerah tertentu saja, namun masyarakat di semua daerah dapat menonton video. Hal ini sangat menguntungkan bagi media online seperti SULTAN TV yang acaranya dapat disiarkan kapanpun dan dimanapun. Juga bisa menjadi yang tercepat untuk menonton acara yang baru diunggah dengan menggunakan fitur berlangganan di Youtube yang bahkan memungkinkan Anda untuk berlangganan video tanpa membayar.

Untuk menciptakan program yang layak dikonsumsi publik, diperlukan kreativitas dalam setiap proses pengemasan tayangan tersebut. Program kreatif penciptaan program televisi berkembang mulai dari berlangsungnya proses imajinasi menjadi gagasan awal, proses perancangan (penyusunan format dan kriteria program siaran), proses produksi, sampai pada proses kreatifnya tersebut. Dalam proses pembuatan program kreatif,

tim kreatif, sutradara, dan produser harus kreatif agar jenis program dapat direncanakan semaksimal mungkin di tahap selanjutnya. Program yang baik adalah program yang berfokus pada genre, sehingga penonton dapat dengan nyaman menikmati program yang ditayangkan.

SULTANTV mencoba menyajikan program-program bermanfaat yang berbeda dari biasanya. Strategi perlu dikembangkan agar ke depan program-program yang ditawarkan semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat. Karena tantangan media massa saat ini adalah harus bersaing dengan konten media massa lain yang juga memiliki strategi komunikasi penyajian yang lebih menarik, maka peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih mendalam dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI SULTANTV DALAM MERANCANG PROGRAM BINCANG HARI INI”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi SULTANTV dalam program bincang hari ini?
2. Bagaimana SULTANTV merancang tema bincang hari ini?

## **C. Tujuan Penelitian**

Setiap kegiatan penelitian pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai.



Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan :

1. Mengetahui strategi komunikasi SULTANTV dalam program bincang hari ini
2. Mengetahui SULTANTV dalam merancang tema bincang hari ini

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi aktif dalam khazanah ilmu komunikasi, yang kedepannya akan semakin berkembang luas serta dapat memberikan pengetahuan baru kepada seluruh mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

##### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pengelola industri media massa di tanah air. Hal ini didasarkan pada realitas bahwa arus globalisasi yang ketat soal persaingan kapital, profesionalitas, pelayanan, dan kualitas sehingga harus disikapi secara tepat oleh pengelola media massa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menemukan dan menginformasikan mengenai proses dan strategi dalam sebuah produksi siaran secara menyeluruh.

## E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu dikerjakan guna mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Sebelum memulai penelitian ini, ahli peneliti melakukan survei terhadap penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari pengulangan dalam penelitian, di antaranya sebagai berikut:

Oleh karena itu, untuk menghindari kesamaan dengan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya, maka penulis telah melakukan penelusuran dan kajian dari berbagai sumber dan referensi yang memiliki kesamaan topik atau referensi dengan penelitian ini. Berikut adalah beberapa karya tulis yang relevan dengan penelitian ini:

*Pertama*, penelitian dilakukan oleh Intan Tri Wahyuningdyah (10191040) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang yang berjudul “Strategi Komunikasi Palembang TV dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat (Studi Deskriptif pada Program *Kelakar B’thok*)”.<sup>5</sup>

Dalam skripsinya Intan Tri Wahyuningdyah mengemukakan bahwa *Kelakar B’thok* adalah program televisi hiburan yang dikemas secara ringan berisikan kelucuan-kelucuan khas masyarakat Palembang. Dan strategi yang dilakukan Palembang TV dalam menarik minat menonton masyarakat salah satunya dengan melakukan strategi komunikasi yang efektif melalui penempatan jam tayang yang tepat yaitu dua kali dalam seminggu pada hari Sabtu pukul 16.30 WIB dan pada hari Rabu pukul 20.00 WIB, menargetkan semua usia sebagai penonton, dari anak-anak sampai dewasa, serta menampilkan tema dan ide

---

<sup>5</sup> Intan Tri Wahyuningdyah, “Strategi Komunikasi Palembang TV dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat (Studi Deskriptif pada Program *Kelakar B’thok*)” (Skripsi, Universitas Bina Darma, Palembang, 2010).

cerita yang menggambarkan kehidupan sehari-hari kemudian dikemas ringan dalam bentuk komedi khas Palembang dan sesuai dengan *trend* dan kehidupan masyarakat di Kota Palembang.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz Alfiansyah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta dalam skripsinya pada tahun 2018 yang berjudul “Strategi Komunikasi Program *Jalan-jalan Ning Solo (J2NS)* di Solo TV”.<sup>6</sup> Skripsi Abdul Aziz ini menjelaskan mengenai strategi komunikasi suatu program dalam upaya meningkatkan kualitas konten khususnya program J2NS di Solo. Secara umum yang diuraikan dalam penelitian ini adalah mengenai strategi komunikasi budaya lokal dalam konsep visualisasi program “J2NS”.

*Ketiga*, Kristiani Retnowati mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjudul “Strategi Programming pada RRI Programa (Studi Tentang Pemeliharaan Mutu Program Siaran Agama Islam)”.<sup>7</sup> Pada skripsi ini terdapat perbedaan objek penelitiannya. Pada skripsi ini objek penelitiannya adalah strategi *Programming* pada radio RRI Yogyakarta. Sedangkan skripsi yang saya tulis berisikan tentang strategi *programming* dalam program Bincang Hari Ini di SULTANTV.

---

<sup>6</sup> Abdul Aziz Alfiansyah, “Strategi Komunikasi Program *Jalan-jalan Ning Solo (J2NS)* di Solo TV” (Skripsi, IAIN Surakarta, Surakarta, 2018).

<sup>7</sup> Kristiani Retnowati, “Strategi Programming pada RRI Programa (Studi Tentang Pemeliharaan Mutu Program Siaran Agama Islam)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan mendeskripsikan objek yang diteliti secara mendalam dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di SULTAN TV Banten, dengan objek penelitian yaitu program Bincang Hari Ini di SULTAN TV Banten.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Lianjani (2018), mahasiswa dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program *Smart City*”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi dalam mengelola sumber daya yang ada dengan efisien dan memberikan kemudahan mengakses informasi kepada masyarakat.