



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Effendy (2017) mengemukakan bahwa proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi dapat dikatakan tersampaikan dengan baik apabila penerima pesan mengerti atau memberikan respon terhadap informasi yang diterimanya. Komunikasi dibutuhkan dalam mengembangkan proses sosialisasi kehidupan manusia untuk membantu kita untuk mengetahui apa saja yang terjadi. Karena pada hakikatnya manusia selalu membutuhkan informasi.

Komunikasi massa merupakan pesan untuk sejumlah besar orang yang dikomunikasikan melalui media massa (Rakhmat 2003, dalam Ardianto *et al.* (2007). Komunikasi massa memerlukan sebuah media, yaitu media massa. Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa (Halik 2013). Media massa merupakan alat komunikasi yang ada dengan bermacam skala, mulai dari yang skala terbatas sampai skala yang sangat luas hingga melibatkan banyak masyarakat (Morissan 2013). Media massa memberikan kemudahan untuk manusia dalam menerima informasi dengan cepat dan mudah. Media massa dibagi menjadi dua jenis yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat berupa surat kabar, majalah, dan tabloid sedangkan media elektronik berupa televisi dan radio. Media elektronik sendiri punya dampak yang besar karena mudah dijangkau dan diakses oleh pengguna. Media elektronik juga memiliki sajian yang lebih beragam hingga masyarakat punya banyak pilihan untuk memilih dalam menerima penerimaan pesan.

Media Siaran merupakan media komunikasi massa elektronik seperti televisi dan radio, yang penyampaian informasi melalui gambar dan juga audio. Dalam media siaran terdapat istilah lembaga penyiaran dan penyiaran televisi. Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 penyiaran televisi merupakan media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Morissan (2008) menyatakan bahwa, televisi dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Sehingga sifat penyiaran televisi sebagai media massa berbeda, penyiaran televisi dapat ditonton dimana saja selama dalam jangkauan jaringan televisi tersebut, tetapi waktunya tidak dapat diulang sehingga tayangan hanya dapat diputar pada waktu yang telah ditentukan.

MNC Infotainment Indonesia sebagai media siaran yang menyediakan konten informasi dan hiburan berbentuk audio visual juga turut bersaing di industri media. Setiap stasiun televisi bersaing untuk menyajikan berbagai macam jenis program dan berbagai macam target audience agar mendapat banyak penonton. Salah satunya yaitu program Celebrity & Netizen. Tujuan untuk mendapat banyak penonton agar perusahaan mendapat keuntungan juga dari banyaknya penonton. Termasuk program “Celebrity & Netizen” salah satu program dibawah MNC Infotainment Indonesia yang tayang di MNC Channel juga turut bersaing menyajikan tayangan yang menarik. Program ini merupakan



program infotainment yang berfokus untuk memberikan informasi dan juga menghibur.

Infotainment sebenarnya adalah tayangan program televisi yang menyampaikan sebuah informasi yang disajikan dalam bentuk hiburan (Fachrudin 2014). Akan tetapi seiring berjalannya waktu di Indonesia ada pergeseran isi dari infotainment itu sendiri, tidak lagi informasi seputar yang menghibur tetapi menjadi informasi tentang kehidupan selebriti yang ada di industri hiburan. Celebrity & Netizen menyajikan informasi seputar selebriti terkini dan juga memasukan komentar dari pengguna sosial media untuk menarik perhatian penonton.

Program ini menargetkan segmentasi untuk wanita berumur 30-50 tahun khususnya ibu rumah tangga. Banyaknya waktu yang dihabiskan di rumah menjadikan ibu rumah tangga menjadi pasar yang dipilih oleh program infotainment. Hal ini karena menonton televisi merupakan sarana hiburan paling mudah bagi ibu rumah tangga, yang sebagian besar waktunya dihabiskan di rumah. Ketersediaan waktu di rumah yang lebih banyak pada ibu rumah tangga memungkinkan mereka untuk menonton televisi lebih sering, dan program acara televisi yang terbanyak ditonton adalah infotainment dan sinetron (Hendriwinaya 2015).

Program acara "Celebrity & Netizen" mengemas program infotainment jadi lebih menarik dengan strateginya dalam membuat tujuan program, menentukan target audience, format program, jam tayang, dan teknis. Dengan adanya strategi ini diharapkan program dapat menarik perhatian penonton. Program Celebrity & Netizen selain menyajikan *video tape*, program ikut melibatkan netizen sebagai bagian dari formatnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana strategi dalam memproduksi program Celebrity & Netizen ?
- 2) Bagaimana keberhasilan strategi tim kreatif program Celebrity & Netizen dalam menarik minat ibu rumah tangga ?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah:

- 1) Mengetahui strategi dalam memproduksi program Celebrity & Netizen.
- 2) Mengetahui keberhasilan strategi tim kreatif program Celebrity & Netizen dalam menarik minat ibu rumah tangga.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk penulisan laporan akhir ini diperoleh pada saat Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan di MNC Infotainment Indonesia yang