

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Televisi di Indonesia pertama kali ada sejak tahun 4 Agustus 1962, yang bertepatan dengan Asean Games di Senayan. TV pertama yang muncul adalah TVRI (Televisi Republik Indonesia). Mulai tahun 1989 TVRI mulai memiliki saingan seperti, Rajawali Citra Televisi (RCTI), disusul oleh SCTV, kemudian TPI yang sekarang berganti nama menjadi MNCTV dan ANTV, yang mulai tampil di layar kaca pertelevisian di Indonesia, dan terus berkembang hingga saat ini. Dikutip dari jurnal, (Perkembangan Industri televisi diambil dari: Joni Arman Hamid, (2017) Perkembangan Industri Televisi diakses tanggal 4 November 2022, <http://digilib.uinsby.ac.id/15374/5/Bab%202.pdf>)

Berdasarkan info yang didapat melalui LinkedIn (diakses pada 20 Oktober 2022) PT. Cakrawala Andalas Televisi atau yang biasa dikenal dengan ANTV, adalah televisi yang berdiri sudah 24 tahun lamanya yang memahami karakter penontonnya. Program ANTV ini terkenal dengan tayangan program serial India, nama ANTV sendiri naik dikarenakan serial Mahabaratta pada tahun 2015 silam dan tetap melanjutkan program serial India hingga sekarang, selain serial India, ANTV menghadirkan program seperti Rumah Idaman sebagai salah satu acara *reality show*, SHA (Sinema Horror Asia), hadir juga sinetron keren seperti Suami Pengganti & Bintang Samudra dan dilengkapi dengan MPP (Merah Putih Peristiwa) dan Intipseleb, serta hadir setiap Sabtu dan Minggu acara ajang pencarian bakat Koplo Superstar. Dari berbagai tayangan diatas ANTV masih terus melakukan pengembangan tayangannya, melalui berbagai cara terutama untuk divisi *Brand Activation & Communication*.

Pengembangan tayangan dilakukan untuk menaikkan nama dari perusahaan terkait. Setiap perusahaan pasti memiliki cara masing-masing untuk meningkatkan promosi dari perusahaannya, dan cara tersebut harus dilakukan secara kreatif, agar dapat menarik minat dari konsumen perusahaan tersebut, maka diperlukan strategi promosi yang tepat, supaya apa yang diinginkan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatkan volume penjualan (Onny & Novelia, 2014: 29). Salah satu cara untuk melakukan

promosi yang bisa digunakan oleh perusahaan dapat dilakukan melalui acara seperti Konferensi Pers. Menurut (Jefkins, 1996: 119) Konferensi pers itu sendiri adalah kegiatan berkumpulnya para wartawan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, acara juga diselenggarakan secara tiba-tiba.

Acara konferensi pers di PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) merupakan acara yang wajib diadakan oleh ANTV bila memiliki program baru, untuk mengenalkan program baru tersebut, salah satu program baru di ANTV yaitu acara ajang pencarian bankat Koplo Superstar yang berkolaborasi dengan Rans Entertainment, acara ini digelar untuk mencari bakat baru penyanyi koplo yang berbakat dari Sabang sampai Merauke. Dengan di gelarnya audisi *online* dengan mengirimkan video ke tim sosial media ANTV maupun ajang audisi *offline* di 3 kota di Indonesia, yaitu Surabaya, Jogjakarta dan Bandung. Acara Koplo Superstar juga memilih juri yang memang sudah ahli di bidang tarik suara seperti, Iyeth Bustami, Thomas Djorghi, Pasha Ungu dan Denada dilengkapi dengan pembawa acara kondang seperti Raffi Ahmad, Rina Nose, Wika Salim dan Marcell.

Audisi dimulai sejak Mei 2022 yang dibuka oleh audisi *Online* dan dilanjutkan dengan Audisi *Offline* dari mulai Surabaya, 25 Juni 2022, Jogjakarta, 2 Juli 2022 dan Bandung, 16 Juli 2022.



Gambar 1.1 Poster Koplo Superstar

Sumber : *Corporate Communication* ANTV

Setelah melakukan audisi di tiga kota tersebut, peserta terpilih yang berjumlah 100 akan di kirim ke DKI Jakarta agar kembali melakukan audisi disaksikan langsung oleh para dewan juri. Audisi tersebut berlangsung secara *Tapping* yang akan ditayangkan sesuai dengan waktu yang tertera pada poster Koplo Superstar tersebut. Tentu saja sebelum acara tersebut dimulai tim *Corporate Communication* PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) bekerja sama untuk mengadakan acara Konferensi Pers acara tersebut. Setiap kegiatan *event* yang diselenggarakan pasti akan memberikan dampak terhadap faktor lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya. Dampak yang timbul bisa bersifat positif maupun negatif (Noor, 2013:17). Oleh sebab itu, acara seperti konferensi pers ini harus dipersiapkan secara matang agar menghindari dampak negative dari acara tersebut. Tim dari *Corporate Communication* harus turun ke jalan sendiri untuk mengambil gambar langsung untuk menjadi bahan *backdrop* acara konferensi pers Koplo Superstar ini.



Gambar 1.2 Bahan Backdrop *Konferensi pers* Koplo Superstar

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Persiapan lainnya yang harus disiapkan adalah bekerja sama dengan tim *editing* dengan mengirimkan foto tersebut untuk dijadikan *backdrop* konferensi pers, semua tim *Corporate Communication* juga melanjutkan persiapannya dengan membuat *Press Release* yang akan di kirimkan oleh media, membuat budget untuk kelancaran berjalannya acara dan menentukan tempat di mana akan berlangsungnya acara Konferensi Pers.



Gambar 1.3 Backdrop Persiapan Konferensi Pers Koplo Superstar

Sumber : *Corporate Communication* ANTV

Tujuan utama konferensi pers ini diadakan adalah untuk mengenalkan kepada masyarakat bahwa musik koplo yang sedang hits di masyarakat adalah musik yang memang layak untuk dikenal secara internasional dan juga untuk dikenal masyarakat bahwa ada program baru ajang pencarian bakat Koplo Superstar. Salah satu cara membranding acara dari pihak ANTV adalah menggunakan peran media dalam membantu pihak penyelenggara cukup penting dikarenakan berita yang diterbitkan oleh media tentang konferensi pers ini menaikkan minat para penonton untuk menonton acara baru dari ANTV Tersebut.

Selain program koplo superstar diatas, penulis memilih salah satu program sinetron baru ANTV yang bekerja sama dengan pihak TNI Angkatan Laut RI. ANTV dan Verona Pictures menjalin kerja sama dengan TNI Angkatan Laut Indonesia yang diresmikan pada hari Senin, 29 Agustus 2022 di KRI Banda Aceh - 593.



Gambar 1.4 Poster Bintang Samudera

Sumber : Verona Pictures

Sinetron tersebut dibintangi oleh Steffi Zamora, Jerry Likumahuwa, Sonya Pandarmawan dan pemain lainnya. Bintang Samudera mengisahkan tentang Nagita (Steffi Zamora), dengan sinopsis awal, bercerita tentang, seorang dokter muda yang cantik dan berjiwa pengabdian tinggi. Setelah memutuskan resign dari tempatnya bekerja, ia mengikuti program *volunteer* ke Natuna bersama sahabatnya, Inggit (Sonya Pandarmawan). Tak disangka ketika mereka masih di kapal penyebrangan, kapal yang mereka tumpangi diserbu oleh perompak yang dipimpin Brama (Jerry Likumahuwa) dan menargetkan supply makanan serta obat. Nagita dan semua penumpang kapal

ketakutan saat penembakan terjadi, namun tak lama mereka diselamatkan oleh pasukan Angkatan Laut dengan gagah berani.

Dalam penayangan sinetron atau program baru yang akan hadir di ANTV, biasanya diperlukan untuk melaksanakan kegiatan konferensi pers, pentingnya diadakan konferensi pers ini Menurut Sa'diyah (2020) didalam bukunya, Terdapat dua alasan mengapa konferensi pers penting untuk diselenggarakan, yaitu: Narasumber bisa menjawab pertanyaan secara langsung dan tuntas, dibandingkan menjawab pertanyaan melalui telepon. Membuat media tertarik sehingga menjadi bahan berita. Maka masyarakat dapat mengenal sesuatu yang mungkin saja terlewat dari perhatian bisa tidak ada konferensi pers.



Gambar 1.5 Pemberitaan Dari Salah Satu Media

Sumber : <https://www.kompas.com/hype/read/2022/08/13/135231966/koplo-superstar-siap-digelar-iyeth-bustami-ini-gebrakan-baru>
(diakses pada 30 Oktober 2022)

Pemberitaan yang di angkat dari media adalah upaya ANTV dalam membranding program baru tersebut. Itulah mengapa peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kelancaraan dari berjalannya acara Konferensi Pers dan bagaimana ANTV melakukan branding acara baru tersebut. Sebab karena itu dari berbagai uraian-uraian yang telah disampaikan diatas maka penulis berkeinginan untuk meneliti lebih dalam tentang hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk menulis proposal dengan

judul “Pemanfaatan Konferensi Pers Sebagai Upaya Branding Bagi Program Acara Baru PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV)”

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus kepada manfaat konferensi pers yang di lakukan oleh PT. Cakrawala Andalas Televisi dalam mem-branding program baru acara TV perusahaan terkait

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, berikut permasalahan yang dapat dirumuskan dan diteliti dalam skripsi ini:

- 1) Bagaimana proses berjalannya konferensi pers program baru di ANTV?
- 2) Bagaimana hasil dari acara konferensi pers di ANTV dalam mem-branding program barunya?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari masalah-masalah yang telah dibahas di atas, tujuan dari penelitian skripsi ini adalah:

- 1) Agar mengetahui bagaimana acara konferensi pers di ANTV berjalan dalam setiap adanya program baru di ANTV.
- 2) Untuk mengetahui, opini dari publik apakah dengan diadakannya konferensi pers dalam setiap acara baru ANTV, akan membranding program baru tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis:

- 1) Sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana yang berkualitas juga hasil penelitian yang diperoleh merupakan pengetahuan dan pelajaran baru mengenai Media.

1.5.2 Manfaat Praktis :

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan, bagaimana usaha media televisi (ANTV) berusaha untuk membranding program barunya agar menarik minat masyarakat.

1.6 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan	2022																2023			
		September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Proses menentukan judul, topik dan objek penelitian																				
2	proses penyusunan BAB 1																				
3	proses penyusunan BAB 2																				
4	proses penyusunan BAB 3																				
5	<i>Desk Evaluation</i>																				
6	proses penyusunan BAB 4																				
7	Proses penyusunan BAB 5																				
8	Sidang Akhir																				