

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan televisi lokal di Indonesia terus meningkat dengan arus teknologi dan informasi yang kian mengglobal. Kehadiran televisi lokal di industri penyiaran membawa dinamika bagi pertelevisian saat ini. Kebutuhan informasi yang diinginkan oleh masyarakat kemudian dipenuhi oleh televisi lokal. Pemenuhan kebutuhan informasi membuat jumlah televisi lokal semakin bertambah.

Sejak UU nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti. Pertumbuhan penyiaran radio dan televisi baik di kota maupun di daerah meningkat sangat pesat. Adanya regulasi tersebut menjadi wadah eksistensi televisi lokal, sehingga menimbulkan perkembangan bagi televisi lokal.

Fenomena televisi lokal dapat dijadikan indikator telah menyebarnya industri penyiaran. Asosiasi Televisi Lokal (ATVLI) sebuah organisasi televisi lokal yang berdiri pada 26 juli 2002 di Bali. Data resmi ATVLI menunjukkan, hingga Agustus 2003 jumlah televisi lokal mencapai hampir 50 stasiun televisi, tersebar dari Papua hingga Pamantang Siantar. Jumlah yang tidak sedikit dalam waktu singkat. Secara garis besar, televisi lokal mengindikasikan 3 kategori televisi yang berbeda: televisi komunitas, televisi komersial lokal, dan televisi publik daerah (Sudibyo, 2004:101). Prosentase terbesar adalah televisi swasta lokal sebanyak 24, televisi publik daerah sebanyak 18, dan televisi komunitas sebanyak 7. Angka sesungguhnya bisa jadi lebih besar mengingat adanya perkembangan pertumbuhan televisi-televisi yang ada.

Televisi lokal yang banyak berdiri di berbagai daerah, mempunyai saingan yaitu televisi swasta nasional yang sudah lama berdiri dengan memberikan suatu acara yang menarik peminat di setiap acara yang dimiliki. Namun karena televisi swasta nasional tidak memiliki visi dan misi kedaerahan maka acara yang disuguhkan pada hal-hal yang sedang trend.

Disisi lain banyak televisi lokal yang menyebabkan kekecewaan, sebab tingkat persaingan juga semakin meningkat di industri ini. Sebagai entitas bisnis, televisi lokal menghadapi tantangan yang tidak ringan. Televisi lokal juga memerlukan sumber kehidupan

untuk menunjang kelangsungan hidup (survival). Dengan sumber kehidupan yang terbatas, dapat dipastikan kehidupan televisi akan terancam. Seperti saat ini, dimana persaingan antara televisi begitu ketat, maka kemungkinan besar akan ada televisi lokal yang gulung tikar.

Selain bersaing dengan televisi swasta nasional, televisi lokal juga harus bersaing dengan televisi lokal lainnya yang sudah berdiri terlebih dahulu di daerahnya. Visi dan misi yang hampir sama antara televisi lokal satu dengan televisi lokal lainnya yang berorientasi pada kedaerahan, mengakibatkan persaingan semakin berat. Ditambah fakta bahwa stasiun televisi juga harus bersaing dengan televisi berlangganan, dan juga internet dengan teknologi konvergensi yang semakin berkembang menjadi media penyiaran streaming, yang semuanya berupaya merebut perhatian dan waktu audien.

Walaupun banyak stasiun televisi lokal di daerah, dalam perkembangannya banyak televisi lokal yang jatuh bangun dan beberapa diantaranya gulung tikar dikarenakan faktor internal dan eksternal. Mengutip pernyataan Ketua ATVLI Jimmy Silalahi dalam penelitian Jayanti (2013) tentang televisi lokal; bahwa jatuh bangunnya industri televisi lokal disebabkan oleh berbagai kendala internal maupun eksternal. Secara internal beberapa permasalahan yang dihadapi oleh televisi lokal adalah perencanaan modal, finansial dan penggunaan frekuensi, sedangkan eksternal yaitu persaingan dengan sesama stasiun televisi lokal dan stasiun televisi swasta.

Tantangan terbesar televisi lokal saat ini adalah harus bersaing dengan televisi nasional ataupun televisi lokal lainnya yang sudah sangat kuat dengan modal, peralatan dan juga sumber daya manusianya. Dari segi kualitas program, manajemen dan teknologi, televisi lokal jelas kalah dari televisi swasta nasional.

Televisi lokal adalah stasiun televisi yang memberikan layanan konten pada lokalitasnya di suatu wilayah (regional) tertentu. Televisi lokal mempunyai kekuatan tersendiri pada “lokalitas” yang tidak dapat disaingi stasiun televisi nasional karena televisi nasional memiliki siaran yang memang untuk seluruh pemirsah tanah air, sedangkan televisi lokal dikhususkan untuk untuk pemirsah tingkat daerah. Persoalannya bagaimana menciptakan, memproduksi dan mengemas program berkonten lokal, seperti: berita lokal, kegiatan masyarakat lokal, peristiwa lokal, pendidikan dan hiburan lokal agar menarik bagi pemirsah dan pihak pengiklan. Televisi lokal bertahan hidup dari iklan lokal, sedangkan televisi nasional hidup dari iklan oleh pihak pengiklan dan konteks siaran yang nasional. Persaingan

yang sangat ketat antara televisi lokal dan televisi nasional, serta terus berubahnya selera masyarakat cukup banyak hal yang harus dihadapi televisi lokal.

Stasiun televisi lokal merupakan stasiun penyiaran wilayah siaran kecil yang mencakup kota atau kabupaten (Morissan; 2011; 113). Undang-undang penyiaran juga menyatakan, bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut (Pasal 31 Undang-Undang Penyiaran No.32 Tahun 2002).

Semakin berkembangnya industri televisi lokal di Surabaya telah menjadikan industri ini padat. Ada banyak televisi lokal di Surabaya antara lain: SBO TV, JTV, MNTV, TVRI Surabaya, Surabaya TV, Arek TV, TV Edukasi Surabaya, dan lain-lain

Surabaya TV sebagai sebagai salah satu stasiun televisi lokal yang ada di Surabaya, dalam perkembangannya tidak lepas dari tantangan dalam menjaga eksistensi sebagai media televisi lokal di tengah persaingan televisi lokal di Surabaya. Surabaya TV ada di Puncak Permai Square, Jl. Raya Darmo Permai III A5-A8 Surabaya, dan merupakan anggota jaringan Bali Post Group. Televisi ini mengudara pada tanggal 31 Mei 2006 dan mengudara setiap hari pada pukul 04:00-14:00 WIB, pada saluran 44 UHF (Surabaya dan sekitarnya), serta 51 UHF (Bojonegoro).

Surabaya TV menayangkan berbagai macam program acara mulai dari hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik. Diawal berdirinya mengusung konten ekonomi & bisnis, Surabaya TV menyajikan program acara yang informatif dan mendukung dunia usaha surabaya. Dengan konten ini, Surabaya TV menargetkan dapat menjadi televisi lokal yang mampu menjadi sarana aktualisasi visual dari kegiatan yang menyangkut segmentasi tersebut di kota surabaya.

Harapan pemilik televisi lokal untuk bisa berkembang dengan memperoleh keuntungan besar seperti yang terjadi pada televisi swasta nasional tidak sesuai harapan. Persaingan yang dapat dikatakan berbeda karena perbedaan modal yang dimiliki dan regulasi yang masih setengah hati terhadap televisi lokal, dalam perkembangannya banyak televisi lokal yang gulung tikar. Surabaya TV sebagai salah satu televisi lokal yang berbasis di surabaya, dalam perkembangannya tak lepas dari tantangan dalam menjaga eksistensi sebagai televisi dengan pesatnya persaingan televisi di surabaya.

Surabaya TV dan bisnis media menarik untuk diteliti karena televisi selain media informasi juga sebagai bisnis suatu perusahaan media. Televisi sebagai bisnis, artinya dapat dijadikan sebagai lahan untuk mendapatkan keuntungan seperti bisnis lainnya karena bisnis penyiaran televisi menjadi begitu menggiurkan bagi para investor.

Pilihan pada Surabaya TV sebagai Subyek Penelitian karena beberapa pertimbangan yaitu, Surabaya TV merupakan salah satu televisi lokal yang masih bisa bertahan ditengah persaingan melawan pertumbuhan televisi lokal di Surabaya. Sejalan dengan Bali TV yang juga pengembangan perusahaan tidak seperti televisi pada umumnya yang diberi modal besar. Budaya di Bali Post Group menuntut setiap anak perusahaannya untuk secepatnya mandiri dan berkembang dengan segala kreatifitasnya, tanpa menuntut tambahan modal di awal pendiriannya.

Surabaya TV sebagai televisi lokal dapat dikategorikan sebagai televisi lokal berjangkauan yang didirikan dengan prinsip pencapaian keuntungan ekonomi (komersial). Kesuksesan televisi dilihat dari rating untuk masing-masing programnya, pemasukan iklan (karena rating program yang tinggi akan menarik pemasang iklan) dan pemirsa.

Fokus kajian ini diarahkan pada bidang ekonomi media dan manajemen media yang lebih banyak mendeskripsikan bagaimana strategi dan upaya televisi lokal dalam mempertahankan Eksistensinya, mengambil sampel Surabaya TV dalam konteks persaingan bisnis media televisi di Surabaya. Dari fenomena yang ada, permasalahan akan diajukan untuk dibahas lebih dalam guna mengetahui bagaimana Surabaya TV sebagai salah satu televisi lokal berupaya untuk bertahan ditengah persaingan televisi yang ada di Surabaya.

Manajemen diperlukan karena dapat diartikan sebagai panduan, aturan atau pegangan yang harus dijalankan, disepakati dan dibutuhkan oleh semua perusahaan atau organisasi agar tujuannya tercapai dengan efisien dan efektif karena tanpa itu semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan sulit.

Manajemen media penyiaran terbagi menjadi dua yaitu, manajemen institusi dan manajemen bisnis. Manajemen institusi adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh admin sistem untuk mengatur, mengelola, dan membuat struktur institusi disuatu perusahaan. Struktur institusi dibuat berdasarkan tingkatan tertinggi hingga tingkatan terendah. Sedangkan manajemen bisnis adalah suatu kegiatan mengatur penjualan produk agar dapat

memberikan keuntungan besar. Manajemen bisnis berguna untuk membantu menjalankan bisnis sehingga dapat menghindari kerugian yang besar.

Penulis tertarik untuk meneliti hal ini sebagai salah satu strategi Surabaya TV untuk terus menjaga eksistensinya di industri pertelevisian. Berdasarkan uraian di atas peneliti mengangkat judul penelitian “Manajemen Survival Media TV Lokal”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang digambarkan oleh penulis, maka dapat dirumuskan masalah menjadi, bagaimanakah manajemen survival media tv lokal Surabaya TV?

1.3. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemumuka suatu pengetahuan. Dengan demikian, penelitian ini merupakan kegiatan untuk mencari atau memperoleh informasi tentang faktor-faktor manajemen survival media tv lokal Surabaya TV.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian, tentunya sangat diharapkan adanya manfaat dan kegunaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan selama proses penelitian. Dari penelitian yang dilakukan ini muncul dua manfaat penelitian yaitu: manfaat teoritis dan manfaat praktis, sehingga memungkinkan penelitian dalam pemecahan masalah dari penelitian ini.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini untuk megaplikasikan ilmu yang sudah diperoleh selaman kuliah dan juga diharapkan dapat berguna dalam meningkatkan wawasan serta pengetahuan khususnya dalam bidang pertelevisian dan juga peneliti berharap agar penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan yang lebih luas tentang manajemen survival media tv lokal.

1.4.2. Manfaat Praktis

1.4.2.1. Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkulihaan dan dihrapkan juga dapat berguna dalam meningkatkan wawasan serta pengetahuan khususnya dalam bidang pertelevisian.

1.4.2.2. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses manajemen media penyiaran yaitu televisi dan sejauh mana pengaruh manajemen bagi perusahaan. Diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu manajemen media dan komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, serta dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin mengetahui atau membahas hal-hal tersebut dari sisi yang lain atau sisi yang lebih dalam.

1.4.2.3. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan pertimbangan perusahaan agar bisa meningkatkan daya tarik pemirsa dengan kualitas tayangan yang lebih baik dan memberikan informasi bahwa manajemen harus diterapkan dalam semua bidang termasuk pada pembentukan sebuah program atau tayangan di industri media.