

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan industri media televisi di era perkembangan teknologi dan komunikasi yang sangat pesat ini, membuat industri media televisi harus terus melakukan strategi yang inovatif. Strategi yang mampu mendapatkan perhatian lebih dari khalayak untuk tetap bertahan dalam kerasnya persaingan yang terjadi. Industri media terutama televisi mulai menggunakan taktik guna menyesuaikan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi untuk mempertahankan eksistensi dari media televisi.

Media massa kini tidak hanya didominasi oleh media cetak dan elektronik. Seiring kemajuan teknologi yang semakin cepat, muncul sebuah media baru bernama internet. Media baru inilah yang kemudian pelan-pelan menjadi salah satu pemenuhan informasi yang dibutuhkan manusia. Beragam informasi dapat dinikmati lewat internet yang kemudian menjelaskan dirinya sebagai *new media*.

Seperti halnya sebuah kota, internet berkembang menjadi lebih kompleks dan komplit. Hanya dengan mengetik sebuah *keyword* dalam kolom *search engine*, kita dapat menemukan semua informasi yang dibutuhkan. Mulai dari informasi tentang teman dekat kita sampai berita politik di belahan dunia lainnya. Hal ini yang membuat internet semakin digemari karena telah menyempitkan batas ruang dan waktu.

Bersamaan dengan semakin berkembangnya internet, media massa konvensional juga berlomba-lomba mengalami perkembangan, yakni dengan konvergensi media. Hal ini terlihat pada media elektronik yang saling berintegrasi dengan media *online*, media massa yang menggunakan teknologi internet dalam proses penyampaian pesannya. Konvergensi media yang digunakan adalah salah satu kunci dari keberhasilan sebuah media masa untuk mempertahankan eksistensi dan keberadaanya di zaman disrupsi seperti ini.

Dibandingkan media massa lain, televisi mempunyai kelebihan utama dalam sifatnya yaitu audio-visual, sehingga menonton televisi tidak perlu berimajinasi seperti dalam radio yang hanya bisa didengarkan saja tidak bisa untuk dilihat isi programnya. Televisi adalah media yang istimewa. Televisi menggabungkan unsur audio dan visual dalam sebuah media sekaligus. Dengan keistimewaan tersebut, televisi memiliki daya tarik yang besar dalam mempengaruhi pola – pola kehidupan masyarakat, termasuk mengubah keputusan seseorang dalam menentukan sesuatu yang dibelinya.

Perkembangan televisi lokal yang semakin hari semakin mengkhawatirkan keberadaanya, membuat televisi lokal harus berpikir keras untuk mempertahankan serta meningkatkan eksistensi dari televisi lokal. Persaingan yang terjadi antara televisi lokal dengan yang lain semakin hari semakin ketat dalam mempertahankan keberadaannya. Eksistensi televisi lokal sangat mengkhawatirkan di era ini, banyak permasalahan yang terjadi untuk mempertahankan eksistensi dari televisi lokal. Lingkup dari televisi lokal tidak seluas seperti televisi nasional dan televisi swasta. *Pertama*, segmentasi dari

televisi lokal ini terbatas oleh geografis dari daerah yang ditempati oleh televisi itu. Salah satu contohnya adalah CITRA TV Lamongan yang mana jangkauan dari CITRA TV ini adalah hanya meliputi daerah Lamongan dan sekitarnya. Kedua *Cost* atau pendanaan mayoritas televisi adalah dari pemilik saham dan atau pemerintah daerah setempat.

Keberadaan media penyiaran lokal, sebagai hasil reformasi diperkuat oleh kesadaran warga tentang demokrasi dan pruralisme yang mulai menguat baik kultural, sosiologis, maupun ekonomis sehingga mendorong warga 'berani' mendirikan lembaga penyiaran lokal, khususnya yang berbasis komunitas.

Menurut Surokim, (2012:12) keberadaan media penyiaran lokal juga semakin diperkuat dengan hadirnya asosiasi lembaga penyiaran televisi maupun radio. Asosiasi televisi lokal Indonesia (ATVLI) berdiri pada 26 Juli 2003 dan Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal (ARSLI) pada 2002 turut menandai babak baru keberadaan dan kebangkitan media penyiaran lokal. Terkait diskursus penyiaran lokal, selama ini penyebutan penyiaran lokal hanya didasarkan atas pertimbangan aspek geografis dan jangkauan semata. Seperti penyebutan tv/radio lokal hanya dalam kerangka untuk *head to head* dengan tv nasional/radio jaringan. Karena pertimbangan tersebut, maka radio/tv lokal selama ini hanya dikenal dan dipahami terbatas pada radio/televisi swasta (komersial). Guna mendapatkan pemahaman yang komprehensif yang tidak semata didasarkan atas pertimbangan geografis, tetapi juga semangat psikografis, sumber daya lokal maka radio/tv lokal juga meliputi radio/tv komunitas dan radio/tv publik lokal. (Surokim, 2012:20)

Sesuai dengan Undang - Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, televisi lokal dapat didefinisikan sebagai lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia di daerah yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, memproduksi dan memancarkan siaran dari daerah dengan layanan (service) dan jangkauan (coverage) area terbatas dengan program acara sebagian besar berisi muatan (content) lokal. (Surokim, 2012:20)

Demikian juga radio lokal adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia di daerah yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio, memproduksi dan memancarkan siaran dari daerah dengan layanan (service) dan jangkauan (coverage) area terbatas dengan program acara sebagian besar berisi muatan (content) lokal.

Atas dasar definisi tersebut, menurut Surokim, (2012:20) maka penyiaran lokal termasuk tv lokal disamping berkedudukan sebagai badan hukum di daerah juga mengusung lokalitas dalam program acara yang ditayangkan. TV lokal mestinya kental dengan ciri-ciri tersebut. Secara rinci, Iswandi Syahputra (2011) juga mengidentifikasi televisi lokal sebagai :

1. Stasiun televisi yang berbadan hukum lokal dengan teritorial mengacu pada rencana induk penataan frekuensi oleh pemerintah.
2. Bermuatan siaran lokal
3. Menggunakan sumber daya lokal.
4. Berdomisili sesuai badan hukum lokal.
5. Mengutamakan modal pada masyarakat lokal .

Menurut Surokim (2012:20) dengan demikian dapat dikonsepsikan bahwa media penyiaran lokal tidak semata-mata menyangkut persoalan jangkauan geografis yang menjadi wilayah layanan (*service area*) siaran dan wilayah jangkauan (*coverage area*) siaran yang terbatas di tingkat lokal, tetapi juga mengandung muatan isi siaran lokal, penggunaan sumber daya (sumber daya manusia, modal, teknologi) lokal, berkedudukan hukum di tingkat lokal, dan turut memberi kontribusi terhadap perekonomian dan pengembangan sumber daya lokal.

Fenomena yang terjadi di lapangan pada era percepatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah semakin masivnya penyesuaian para industri media dengan teknologi media yang terbaru. Konvergensi media adalah salah satu pilihan tepat yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi dari media terutama televisi lokal. Tak sedikit industri media yang menggunakan beberapa *platform* untuk tetap eksis dan bertahan dalam persaingan ketat media baru.

Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efektifitas konsep teknologi komunikasi dengan parameter keberhasilan sebuah konvergensi media dalam perspektif medianya sendiri serta pemirsanya. Serta kita juga mengetahui sistem konvergensi media yang mungkin ada yang terbaru di dunia industri ini, yang mana itu akan menjadi sebuah keniscayaan untuk dijadikan salah satu patokan khusus dalam pengembangan industri media terutama adalah industri yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini yaitu industri televisi lokal.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi konvergensi media di CITRA TV menghadapi persaingan ketat industri media ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi konvergensi media yang dilakukan oleh CITRA TV.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Sebagai pengembangan program studi ilmu komunikasi, khususnya bidang manajemen media dan jurnalistik televisi lokal.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa melengkapi kepustakaan dalam bidang manajemen media dan jurnalistik televisi lokal.
3. Menjadi bahan informasi dan referensi bagi pihak yang membutuhkan, khususnya akademisi dan praktisi bidang televisi lokal dan jurnalistik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang komunikasi dan jurnalistik terutama mengenai bidang manajemen media dan jurnalistik televisi lokal.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa melengkapi kepustakaan dalam bidang manajemen media dan jurnalistik televisi lokal.