

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi saat ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan di kehidupan orang-orang zaman sekarang. Meskipun sudah banyaknya handphone android, kecenderungan seseorang masih suka menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan melakukan aktivitas yang lain. Untuk beberapa orang, televisi kerap dijadikan teman, namun televisi juga mampu menjadi cermin dari perilaku seseorang. Televisi termasuk dalam salah satu media komunikasi massa yang dikategorikan canggih. Dimana kecanggihannya itu dapat dibuktikan dengan memberikan sebuah informasi yang dikemas secara audio dan visual dengan cukup hanya memerlukan jeda sepersepuluh detik dengan melalui pemancar kemudian sampai lewat layar kaca masyarakat di rumah.

Melihat sejarahnya, televisi atau stasiun-stasiun televisi swasta mulai ada dan berkembang di Indonesia pada tahun 1987, yang dahulunya pada kurun 25 tahun hanya ada satu stasiun televisi yaitu milik pemerintah atau yang kita kenal sekarang TVRI. Semenjak datang dan berkembangnya pasar ekonomi global, pemerintah Indonesia membuat kebijakan dan memperkenalkan deregulasi atau swastanisasi pertelevisian. Pemerintah membuka peluang yang bebas untuk pihak swasta mengambil bagian, dengan tujuan untuk menumbuhkan perekonomian nasional.

Dalam kurun waktu kurang dari 25 tahun semenjak peraturan itu diterapkan, pertumbuhan penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang pesat. Dengan selang beberapa saat, pertumbuhan jaringan stasiun televisi yang semula hanya mempunyai satu, tumbuh menjadi sebelas stasiun televisi nasional, berjaringan dan televisi lokal daerah serta belasan televisi jaringan berlangganan.

Perubahan dan perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia tersebut mampu diartikan sebagai keterbukaan Indonesia atas arus informasi. Sejalan dengan argumen terminologi dari yang digunakan Quenter dalam (Armando 2016: 17) menjelaskan, Indonesia berkembang dari yang semula menganut sistem pertelevisian "*limited programming*" kearah sistem yang percaya pada kewenangan konsumen untuk memilih "*relying on choice*" dan bahkan mengarah kearah sistem yang menawarkan banyak pilihan berlimpah "*plentitude*".

Berbicara tentang stasiun televisi, pada zaman sekarang stasiun televisi bukan sekadar tentang hiburan dan tontonan yang kita dapat dari televisi tersebut. Melainkan menyangkut dan merubah apa yang kita sebut sekarang gaya hidup. Melihat atas berpengaruhnya media masa televisi terhadap khalayaknya, media sudah pada jauh-jauh hari mensetting hal tersebut. Khalayak tidaklah hanya mendapatkan tontonan secara gratis dari televisi, dari sudut media massa televisi menganggap khalayak sebagai komoditas dan media massa televisi adalah produsen barang dan para pengiklan adalah pembeli. Sejak diberdirikan awal pertelevisian Indonesia, memang bersimpul pada pola yang sudah ada dan mapan dikembangkan dalam sistem pertelevisian Amerika Serikat (Armando 2016: 20). Dibangun dan dikembangkan mencontoh pola serupa, seperti: standar profesionalisme, pengelolaan stasiun, model pemrograman, pola pendanaan, sampai kebutuhan rating.

Sejalan dengan berjalanya waktu, semua stasiun televisi besar di Indonesia berpusat di Ibukota Jakarta dan sekitarnya, dan langsung bersiaran menjangkau khalayak di daerah-daerah. Isi siarannya pun mencontohkan gaya hidup kota besar yang glamor dan konsumtif. Kebudayaan lokal mulai tidak mendapatkan tempat di layar televisi. Keberagaman dan keunikan Indonesia yang sebenarnya sangat beraneka ragam, tidak dijadikan unggulan. Gaya hidup ala Jakarta menjadi patokan standar dan dapat ditiru oleh seluruh masyarakat Indonesia. Hal seperti ini, akan menjadikan ladang subur untuk pasar barang berkembang pesat.

Berkembangnya sistem siaran yang tersentralisasi di Jakarta, uang iklan hanya akan berputar dan mengalir di Jakarta saja. Seluruh keuntungan ekonomi hanya terpusat di Jakarta. Dari sudut pandang lain, masyarakat yang berada diluar ibukota Jakarta hanya akan menjadi penonton. Dengan sistem pertelevisian yang terpusat seperti sekarang ini, tidak mungkin ada stasiun di luar Jakarta yang mampu berkembang dengan sehat. Akibatnya, tidak ada lapangan pekerjaan yang terkait dengan industri pertelevisian terbuka. Tidak ada dorongan untuk menumbuhkan rumah produksi, lembaga pendidikan atau biro iklan yang terkait dengan dunia penyiaran di daerah-daerah. Televisi berlangganan, dan media penyiaran streaming internet lainnya, yang semua media massa tersebut berupaya untuk merebut waktu dan perhatian dari berbagai lapisan khalayak.

Masyarakat yang ada di Indonesia memiliki konteks ekonomi, politik dan budaya yang berbeda. Dan pada dasarnya, siaran yang datang dari sebuah pusat, konten siarannya mengingkari keberagaman tersebut. Oleh sebab itu, pada regulasi sistem jaringan ini, setidaknya semua stasiun televisi yang menjadi bagian dari jaringan nasional harus mementingkan penayangan program-program lokal, seperti program berita lokal atau program pendidikan lokal dan lain sebagainya.

Media massa Televisi seharusnya dikelola sebagai lembaga komersial, lembaga yang mempunyai kekuatan besar untuk menghidupkan kebudayaan khas bangsa.. Televisi komersial harus berkembang sebagai sarana norma, nilai, kebiasaan masyarakat, namun juga menjadi sebuah ladang bisnis yang memiliki nilai ekonomi. Terpadunya dalam sistem kapitalisme besar ini tentu tidak harus diratapi. Jika saja masyarakat Indonesia disemua kalangan mengambil posisi, bukan sekadar sebagai konsumen yang sangat konsumtif terhadap konten televisi, melainkan sebagai produsen yang produktif.

Setelah diberlakukannya peraturan desentralisasi penyiaran, yang diatur dalam UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran, nantinya diharapkan akan mampu membawa perubahan di dunia penyiaran Indonesia. Undang-undang

yang menjadi payung hukum resmi terhadap eksistensi lembaga penyiaran lokal, baik swasta, komunitas dan publik ini, secara otomatis telah membukakan izin atas berdirinya televisi-televisi lokal diberbagai daerah (Rinowati, 2011: 3). Munculnya televisi lokal memang mempunyai peran penting dan strategis dalam mengubah ketidakseimbangan fungsi media televisi swasta nasional seperti MNC TV, TRANS TV dan lain sebagainya. Adanya televisi lokal di daerah-daerah, yang posisinya dekat dengan sumber kebudayaan masyarakat itu sendiri, memang diharapkan bisa menghidupkan budaya-budaya lokal yang amat beragam dari berbagai daerah, dan informasi-informasi penting, serta kejadian yang tidak masuk dalam *headline* televisi swasta nasional.

Dari segi khalayak, televisi-televisi swasta yang bersiaran secara nasional sudah tidak diragukan lagi akan menjadi tantangan terberat bagi televisi-televisi lokal untuk bisa mencari pemirsa daerah. Selain memang sudah memulai pertama dan mendapat respon yang besar, menjadi monster besar bagi televisi lokal untuk berkembang. Kuatnya dominasi televisi swasta nasional terhadap televisi lokal dalam merebut pemirsa (*audiences*), berkaca dari hasil riset yang dilakukan AGB Neilsen dalam Rinowati (2011:3) menggambarkan perbandingan jumlah khalayak televisi nasional dibanding dengan khalayak televisi lokal pada 10 kota besar yang ada di Indonesia.

Perbandingan jumlah khalayak televisi-televisi swasta nasional dengan khalayak televisi-televisi lokal sangatlah jauh berbeda, televisi swasta nasional sebesar 97,5% sedangkan televisi lokal hanya sebesar 2,5%. Sehingga dapat di rumuskan bahwa, jumlah khalayak televisi lokal masih sangat rendah dibandingkan dengan televisi swasta nasional. Jumlah penonton yang hanya tersisa 2,5% inilah yang menjadi rebutan oleh ratusan televisi-televisi lokal yang ada di Indonesia untuk bertahan hidup. Dengan kedikdayaan dominasi televisi swasta nasional seperti itu, televisi-televisi lokal yang ada sekarang harus memiliki dan merencanakan strategi-strategi khusus supaya mampu terus bertahan dan berkembang.

Sistem stasiun berjaringan adalah sebuah bentuk mandat sekaligus payung hukum untuk terciptanya sebuah sistem yang demokratis, adil dan menciptakan manfaat besar untuk seluruh daerah di Indonesia. Sebagai amanat yang dikandungnya, Undang-undang ini mengamanatkan dan mengatur, 1) setiap stasiun televisi swasta mempunyai jangkauan siaran yang terbatas sesuai dengan wilayah jangkauan siaran yang ditentukan. 2) Tidak ada lagi televisi swasta nasional yang bisa bersiaran ke pelosok wilayah Indonesia secara langsung, 3) Atau mampu menjangkau daerah, jika mempunyai perantara atau mitra televisi lokal yang ada di daerah tersebut. 4) stasiun televisi swasta yang hendak akan melakukan bersiaran secara nasional diharuskan dengan perantara rangkaian stasiun-stasiun televisi yang terhubung dalam sebuah jaringan stasiun televisi. Dengan demikian, tidak akan ada lagi izin untuk siaran nasional. Yang ada hanya izin penyelenggaraan penyiaran berlaku di jangkauan yang sudah ditentukan.

Televisi lokal sekarang menghadapi dihadapkan pada tantangan yang sulit. Tidak hanya berhadapan dengan televisi-televisi swasta nasional yang sudah maju mengenai teknologi serta sumberdaya manusia yang berkualitas. Televisi lokal juga harus menghadapi persaingan dengan sesama televisi lokal yang berada pada wilayah yang sama, dengan televisi digital, ditambah dengan televisi jaringan yang mempunyai induk yang dominal di alur pendanaan dan iklan.

Bisnis pada dunia pertelevisian termasuk bisnis yang kompleks. ada banyak factor yang mempengaruhi berhasil tidaknya sebuah televisi. Diantaranya adalah modal, manajemen dan jaringan distribusi. Modal menjadi factor yang sangat menentukan. Televisi swasta lokal yang paling maju prospeknya adalah televisi yang dibangun dari latarbelakang kelompok bisnis yang sangat mapan pada lingkup bisnis media (Sudibyo 2004:137). Kebanyakan televisi lokal tidak dengan mudah memperoleh keuntungan, melainkan yang didapat adalah kerugian pada setiap bulannya. Mahalnya biaya atas operasional setiap bulannya tidak mampu dicukupi oleh pemasukan pendapatan iklan. Seperti contoh, nasib BCTV yang memilih bergabung dengan Kompas Group. Menurut Rahmat Harianto

(2014:89) Jika pada zaman sekarang televisi swasta lokal tidak akan mudah bertahan sebagai televisi yang secara keseluruhan memproduksi konten lokalnya. Televisi tersebut harus mampu menyesuaikan dirinya dengan sekitar dan mempunyai strategi-strategi khusus. Karena untuk memproduksi konten yang berkualitas sendiri itu juga memerlukan biaya yang tinggi.

Kerjasama yang dilakukan BCTV dengan Kompas Group adalah inisiatif yang dilakukan oleh BCTV, dengan pertimbangan saling menguntungkan dan kontrak kerjasama yang berdurasi selama 5 tahun. Menurut Rahmat Harianto (2014:95) kerjasama seperti ini di jelaskan dari pihak Kompas menjadi distributor program dan memperoleh keuntungan dengan bertambahnya jangkauan wilayah siar, sehingga memudahkan untuk menggaet pengiklan. Melalui alur itu, pihak BCTV memperoleh 20% sebagai nilai tukar atas *airtime* mereka yang digunakan. Sampai saat ini BCTV hanya melakukan siaran sendiri selama 5 jam dari 20 jam siaran mereka dalam setiap harinya. Akan tetapi BCTV juga masih mempunyai wewenang dalam menentukan porsi jam siaran mereka sendiri.

Kerjasama yang dilakukan oleh televisi anggota jaringan dengan induk jaringan kebiasaan yang ada dilapangan adalah dari pihak anggota jaringan menggunakan *image* yang dimiliki induk jaringan. Seperti contoh saat penggunaan seragam karyawan yang berlogo televisi induk, hal ini dilakukan untuk menjual program kepada peng iklan. Dan pada prakteknya jika hanya menggunakan *image* televisi lokal untuk mencari iklan pada saat ini sangatlah sulit. Namun akan mudah jika yang digunakanya adalah *image* perusahaan yang sudah mempunyai nama besar. Selain ditujukan untuk mencari iklan, tujuan lain penggunaan *image* itu, termasuk di seragam dan di mobil operasional, nantinya juga akan menambah semangat para karyawan dalam bekerja.

Salah satu televisi lokal yang menjadi objek dari penelitian ini adalah RCTV Jombang. Ringin Contong TV adalah televisi lokal satu-satunya yang ada di Kabupaten Jombang. Stasiun televisi lokal ini masih baru mengudara pada

tahun 2015 lalu dan sampai sekarang terus mengalami perkembangan. RCTV adalah televisi yang independen dan sekarang sedang melakukan kerjasama program dengan TV9. Pemaknaan sistem siaran berjaringan selama ini adalah upaya menggerakkan ranah lokal dalam penyiaran untuk mewujudkan kesejahteraan dan demokratisasi secara merata. Namun pada praktiknya, tidak sedikit motif ekonomi dan politik justru lebih kuat dalam penerapannya.

Rencana penerapan sistem siaran berjaringan yang ramai diperbicarakan sekarang menjadi hal yang menarik untuk di teliti. Dan RCTV disini adalah sebuah objek yang menjadi focus peneliti untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi mereka untuk tetap bisa mengudara dan mendapatkan modal pada lingkungannya sekarang. Dengan demikian, peneliti memandang perlu adanya penelitian mengenai “Strategi Televisi Lokal Menghadapi Regulasi Sistem Stasiun Televisi Berjaringan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latarbelakang diatas, makadirumuskan masalah penelitian ini adalah “bagaimana Strategi Ringin contong TV Dalam Menghadapi Regulasi Sistem Stasiun Berjaringan”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Ringin contong TV Dalam Menghadapi Regulasi Sistem Stasiun Berjaringan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mampu menjadi tambahan pengetahuan, referensi, rujukan serta pengembangan pada ranah ilmu komunikasi

tepatnya pada manajemen media massa televisi lokal. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi wahana referensi untuk penelitian yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi gambaran umum untuk pelaku media yang ingin turut ikut bermain di dunia pertelevisian, mengenai bagaimana strategi-strategi dalam bertahan dan berkembangnya sebuah televisi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan sebuah masukan untuk industri pertelevisian soal bagaimana membuat strategi dalam bertahan sebagai televisi lokal pada kondisi persaingan media yang ketat.