

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi media massa berjalan dengan pesat. Dari semua media massa yang ada saat ini, media elektronik seperti televisi yang paling mendominasi dan paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat luas. Dalam masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Ini dikarenakan media televisi memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memberikan kebutuhan dalam hal informasi, edukasi, kebudayaan, dan hiburan. Kecepatan informasi yang disampaikan telah menjangkau hampir keseluruhan penduduk belahan dunia, berkat adanya peran teknologi canggih berupa adanya jaringan komunikasi yang terkoneksi dengan “satelit komunikasi” sebagai jantung penggerakannya. Televisi memiliki potensi yang sangat besar dari pada media elektronik lainnya, karena sifatnya yang langsung, simultan, intim, nyata, dan juga bersifat audio-visual yang memadukan bahasa lisan, tulisan, video atau gambar yang bergerak, animasi, dan efek suara menjadi satu kesatuan.

Televisi merupakan salah satu media pemenuh kebutuhan khalayaknya. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat perkembangan teknologi komunikasi, informasi, dan teknologi media massa turut mengalami kemajuan yang berkembang cukup pesat. Media massa televisi sekarang telah tumbuh sebagai sarana bisnis. Kini informasi

telah menjadi komoditi yang dapat diperjual belikan untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Besarnya peluang keuntungan yang dapat diberikan oleh sarana televisi ini, sehingga membuat beberapa pihak merasa tergiur untuk terjun kedalam bisnis tersebut. Hal ini dapat kita lihat dengan semakin banyaknya stasiun-stasiun televisi di Indonesia yang terus bermunculan. Berdasarkan data dari Komisi Penyiaran Nasional (KPI) saat ini Indonesia telah beroperasi 11 stasiun televisi nasional, satu stasiun televisi milik pemerintah yaitu TVRI dan sepuluh stasiun televisi nasional, yaitu RCTI, SCTV, MNC TV, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans 7, Trans TV, TV One, dan Global TV. ([www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id) diakses pada tanggal 22 Maret 2013, 14.25)

Perkembangan televisi swasta pertama di Indonesia hadir pada tahun 1989 yang ditandai dengan mengudaranya Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Saat itu masih harus menggunakan dekoder (alat penerima signal televisi). Kemudian diikuti dengan berdirinya stasiun-stasiun televisi swasta nasional yang melakukan siaran-siaran seperti Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV), yang pada tahun 1990 telah diberikan izin untuk menyelenggarakan penyiaran tanpa dekoder. Satu tahun berikut yaitu tepatnya pada tanggal 23 Januari 1991, Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) mulai mengudara secara nasional di tanah air dan sekarang telah berganti nama menjadi Media Nusantara Citra (MNC TV) pada tanggal 20 Oktober 2010.

Di tahun 1993, pemerintah kembali mengeluarkan izin siaran bagi Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) dan Indosiar Visual Mandiri (Indosiar) pada tahun 1995. Pasca 1999, industri televisi nasional

diramaikan dengan lima stasiun televisi, diantaranya Metro TV (1999), TV 7 yang mengudara pada tahun 2001 dan mulai Desember 2006 berganti nama menjadi Trans 7 , Trans TV (2002), Global TV (2002), dan Lativi yang mengudara pada tahun 2002 dan mulai Februari 2008 melakukan *re-branding* menjadi TV One. Berikut adalah data perkembangan stasiun televisi swasta nasional di Indonesia telah peneliti rangkum dalam sebuah tabel 1.1 :

**Tabel 1.1**  
**10 Stasiun Televisi Swasta Nasional di Indonesia**

 RCTI (MNC Group)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 1989, awalnya sebagai stasiun TV berlangganan</li> <li>• Stasiun tv milik swasta pertama di Indonesia</li> <li>• Memiliki 48 stasiun transmisi dengan jangkauan sekitar 190,4 juta pemirsa ( + 80,1 % dari jumlah penduduk Indonesia ) yang tersebar di 478 kota seluruh nusantara</li> <li>• Visi: Media Utama Hiburan, Informasi dan Berita.</li> <li>• <i>Subsidiary</i> MNC Group (yang juga menjadi holding company atas stasiun TV MNC TV dan Global TV, harian Seputar Indonesia, tabloid Genie, Realita, Mom &amp; Kiddie, portal informasi Oke Zone, majalah Network, radio Trijaya dan Woman Radio)</li> <li>• Saat ini RCTI merupakan salah satu dari 3 stasiun televisi nasional yang sudah <i>go public</i></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 1991 di pulau dewata Bali, awalnya sebagai stasiun TV</li> </ul>

<p>SCTV</p>	<p>lokal di Surabaya dan sekitarnya, dan pada tahun 1993-1998 pindah operasi siaran nasional dari Surabaya ke Jakarta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki 47 stasiun transmisi yang mampu menjangkau 175 juta pemirsa yang tersebar di 240 kota di seluruh wilayah nusantara</li> <li>• Lebih dari 60% program SCTV adalah hiburan</li> <li>• Menjadi stasiun televisi dengan status perusahaan terbuka (<i>go public</i>) sejak bulan Juli 2002 dengan nama PT Surya Citra Media Tbk</li> </ul>
 <p>Trans 7</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 2000, awalnya bernama TV 7 melalui PT Duta Visual Nusantara yang tergabung dalam usaha Kelompok Kompas Gramedia dan Para Group.</li> <li>• Melakukan <i>relaunching</i> di tahun 2006 seiring dengan terjadinya peralihan manajemen ke dalam kelompok Trans TV. Inilah yang membuat TV 7 berganti nama menjadi Trans 7 di bawah kepemilikan PT Trans Corpora.</li> <li>• Memiliki 26 stasiun transmisi yang tersebar di seluruh wilayah nusantara</li> </ul>
 <p>Trans TV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 2001</li> <li>• Memiliki 32 stasiun transmisi</li> <li>• Berkonsolidasi dengan Trans 7 di bawah manajemen PT Trans Corpora</li> <li>• Hadir sebagai stasiun televisi swasta nasional ke delapan yang menayangkan film-film <i>box office</i> setiap harinya sebagai salah satu program unggulan.</li> </ul>
 <p>MNC TV (MNC Group)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi pada tanggal 23 Januari 1991 dengan <i>coverage area</i> nasional.</li> <li>• Memiliki 28 stasiun transmisi yang tersebar di wilayah Indonesia.</li> <li>• Dahulu bernama TPI (Televisi Pendidikan Indonesia)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nama MNC TV diganti dan dipergunakan sejak 20 Oktober 2010.</li> <li>• TPI diresmikan oleh Presiden Soeharto pada 23 Januari 1991 di studio 12 TVRI Senayan, Jakarta Pusat.</li> </ul>
 <p>Indosiar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 11 Januari 1995</li> <li>• Memiliki 34 stasiun transmisi yang tersebar di seluruh wilayah nusantara</li> <li>• Merupakan salah satu stasiun televisi yang statusnya telah menjadi perusahaan terbuka (<i>go public</i>).</li> </ul>
 <p>Global TV (MNC Group)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 2002</li> <li>• Bersama dengan RCTI dan MNC TV ada di bawah manajemen MNC Group</li> <li>• Memiliki 18 stasiun transmisi yang mampu menjangkau lebih dari 110 juta pemirsa di 143 kota yang tersebar di nusantara</li> <li>• Menargetkan pemirsa yang berjiwa muda juga keluarga Indonesia dengan menyajikan tayangan <i>life style</i> dan <i>entertainment</i> serta olah raga dan informasi.</li> <li>• 2007 Global TV memperluas jangkauan siaran hingga ke 29 kota yang tersebar di seluruh nusantara.</li> </ul>
 <p>ANTV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi secara Nasional tahun 1993.</li> <li>• Memiliki 41 stasiun transmisi pada tahun 2011 yang mampu menjangkau 154 kota di seluruh nusantara.</li> <li>• Mayoritas saham dimiliki oleh Bakrie Group dan pada 30 April 2006 sebesar 20 % dimiliki oleh Star TV perusahaan dari Hongkong.</li> <li>• ANTV saat ini memiliki sebagian saham TV One (dahulu bernama Lativi)</li> </ul>
 <p>TV One</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 2002, awalnya stasiun TV ini bernama Lativi</li> <li>• Pada Februari 2008 Lativi melakukan</li> </ul>

	<p>relaunching sekaligus mengganti namanya menjadi TV One</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai memperbesar porsi tayangan berita dan olahraga serta mengkampanyekan diri sebagai TV Pemilu di pertengahan 2008</li> <li>• Memiliki 26 stasiun transmisi</li> </ul>
 <p>Metro TV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai beroperasi tahun 1999.</li> <li>• Pada awalnya hanya tayang di 7 kota selama 12 jam perhari.</li> <li>• Memiliki 53 stasiun transmisi yang tersebar di seluruh wilayah nusantara</li> <li>• Stasiun TV berita pertama di Indonesia</li> <li>• Tergabung dalam kelompok usaha Media Group</li> </ul>

*Sumber:* diolah peneliti dari masing-masing *website* resmi stasiun televisi swasta nasional.

Banyaknya jumlah stasiun televisi dalam industri pertelevisian di Indonesia maka menyebabkan persaingan yang ketat antar stasiun televisi dan satu sama lain berusaha memenangkan persaingan. Dengan persaingan yang semakin ketat maka stasiun televisi berusaha memperoleh jumlah penonton yang tinggi. Bagi stasiun televisi, faktor yang paling penting adalah audien, karena audien adalah konsumen stasiun televisi. Keberhasilan suatu stasiun televisi sangat ditentukan oleh seberapa besar stasiun televisi yang bersangkutan mampu memperoleh audiennya, sehingga *audience share* menjadi tolak ukur keberhasilan masing-masing stasiun televisi. Semakin tinggi jumlah penonton yang diperoleh maka semakin tinggi jumlah pemirsa stasiun televisi tersebut. Perolehan jumlah penonton suatu stasiun televisi menunjukkan citra yang baik bagi pemirsanya.

Berikut ini, data *audience share* 10 stasiun televisi swasta nasional di Indonesia selama 10 bulan terakhir pada tahun 2011:

**Tabel 1.2**

**Audience Share All TV Station Periode Januari-Oktober 2011**

Channel / Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	Average
SCTV	18.6	19.9	19.4	17.2	16.4	14.9	15.8	15.8	15.9	15.3	16.92
RCTI	20.2	18.5	17.1	17.5	15.7	15.3	15.8	14.6	14.6	15.5	16.48
TRANS	11.3	11.5	12.6	12.1	12.7	12.9	13.4	12.4	13.1	12.7	12.47
TRANS7	10.3	10.0	10.1	11.6	11.6	13.4	12.9	14.8	13.5	13.8	12.2
IVM	11.7	12.9	12.3	11.1	11.4	11.5	11.5	9.5	8.9	8.7	10.95
MNCTV	9.1	8.2	8.8	10.2	11.7	11.4	10.5	11.3	11.6	12.0	10.48
GTV	6.9	7.0	7.3	8.1	8.5	9.0	8.9	8.5	9.2	10.4	8.38
ANTV	6.6	6.2	6.5	6.4	6.3	6.8	5.7	5.3	6.4	5.8	6.2
TVONE	2.8	3.3	3.2	3.3	3.2	2.7	3.1	4.7	4.0	3.4	3.37
METRO	2.2	2.1	2.0	2.1	1.9	1.7	2.0	2.3	2.3	2.0	2.06

Sumber : AGB Nielsen Media Research. Audience Share All Television Januari-Oktober 2011.

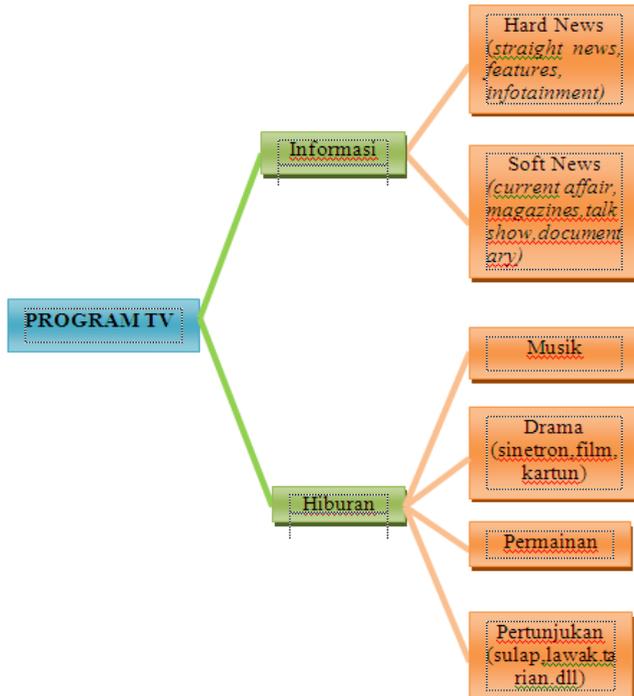
Berdasarkan data dari tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa SCTV dan RCTI bersaing untuk menduduki posisi tertinggi dengan perolehan jumlah penonton terbanyak setiap bulannya, namun setelah dihitung secara rata-rata, SCTV menduduki posisi tertinggi dengan perolehan *audience share* terbanyak, yang selanjutnya disusul oleh RCTI. Perbandingan ekstrim tersebut disebabkan karena jenis program yang ditayangkan masing-masing stasiun televisi. RCTI dan SCTV sama-sama menayangkan program yang beragam mulai dari hiburan, berita, olahraga, maupun sinetron. TVOne yang terdiri dari berita, olahraga, *current affair*, dan dokumenter. Metro TV

yang terdiri dari berita, *talk show*, dan dokumenter. Oleh karena itu, keanekaragaman program RCTI dan SCTV yang lebih luas, menyebabkan terjadinya perbandingan ekstrim *audience share* antara RCTI, SCTV, TVOne, dan Metro TV.

Dengan keanekaragaman tayangan yang disuguhkan oleh masing-masing stasiun televisi, maka audien memiliki kualitas dan daya tarik tersendiri sehingga televisi swasta harus bersaing menampilkan program yang terbaik untuk merebut dan menarik minat audien. Morissan (2008: 207-208) menyatakan bahwa “Setiap harinya stasiun televisi menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik. “

Kreatifitas dalam menciptakan dan membangun format acara terus dikembangkan oleh praktisi-praktisi pertelevisian agar stasiun televisinya dapat terus tetap bertahan. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien. Berikut merupakan jenis program televisi yang dirangkum dalam sebuah gambar 1.2 :

**Gambar 1.1**  
**Jenis Program Televisi**



*Sumber: Morissan (2009: 215)*

Berdasarkan gambar 1.2 terlihat bahwa berbagai jenis program telah dihasilkan oleh stasiun penyiaran, jenis programnya pun beranekaragam, antara lain jenis program informasi (berita) dan jenis program hiburan (*entertainment*). Program informasi (berita) dibagi menjadi dua kategori, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*) sedangkan untuk Program hiburan (*entertainment*), dibagi menjadi empat kategori, yaitu

musik, drama, permainan, dan pertunjukan. Berikut adalah contoh gambar tayangan program informasi (berita) televisi yang menayangkan berbagai macam format:

### Gambar 1.2 Jenis Program Informasi (Berita) di Televisi



Program Berita di Metro TV



Program Talk Show di TV One



Program Berita di RCTI



Program Berita di TV one

Sumber: Dokumen Pribadi

Berikut adalah gambar Program Hiburan (*Entertainment*) di stasiun televisi yang menayangkan berbagai macam format hiburan.

### Gambar 1.3

## Jenis Program Hiburan ( *Entertainment* ) di Televisi



Program Permainan di Trans TV



Program Infotainment di Transtv



Program Musik di RCTI



Program lawak di Trans7

*Sumber* : Dokumen Pribadi

Berdasarkan gambar diatas, terlihat sebagian dari banyaknya stasiun televisi swasta nasional yang tersebar di seluruh Indonesia, dalam prakteknya menyajikan jenis yang sama namun formatnya lah berbeda-beda. Program-program acara televisi dengan berbagai macam format yang beredar di tengah masyarakat itu, merupakan upaya memberikan informasi dan hiburan dari suatu peristiwa dan sekaligus menghibur audien yang mengkonsumsi tayangan tersebut. Dengan berbagai jenis program yang

disuguhkan kepada audien, sehingga dapat dikategorisasikan setiap isi dari jenis program televisi termasuk ke dalam format program seperti apa. Sehingga dalam rumusan masalah nanti peneliti akan mengkategorikan berdasarkan fungsi media massa yang mana sebelumnya peneliti dan coder sudah mengategorikan masing-masing program tersebut termasuk ke dalam jenis seperti apa berdasarkan teori program televisi. Sehingga dengan mudah si coder dapat mengategorikan program tersebut berdasarkan fungsi media massa, apakah termasuk kedalam fungsi media massa informasi, fungsi media massa hiburan, dan fungsi media massa pendidikan. Peneliti memilih berdasarkan fungsi tersebut, karena sudah mewakili dari jenis program televisi yang ditayangkan diseluruh Indonesia dan datanya juga dengan mudah ditemukan berdasarkan fungsi media massa informasi, media massa hiburan, dan pendidikan.

Untuk lebih memperjelas berapa besar frekuensi seluruh program televisi di Indonesia pada bulan Oktober 2012 maka peneliti merangkum berdasarkan jenis program berita dan non berita yang sebelumnya juga sudah peneliti dan coder kategorisasikan berdasarkan teori program televisi, sehingga terlihat lebih jelas dari semua jenis program, dapat diketahui berapa banyak jenis berita dan non berita dari seluruh program yang ditayangkan pada bulan Oktober 2012. Melihat dari penjelasan diatas, maka peneliti memilih fokus pada jenis program televisi sehingga peneliti dapat menganalisis isi program televisi swasta nasional di Indonesia pada tahun 2012 dengan judul **“Analisis Isi Program Televisi Swasta Nasional Di Indonesia”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kategori jenis program dari setiap stasiun televisi swasta nasional di Indonesia?
2. Bagaimana frekuensi program televisi berdasarkan kategori fungsi media massa hiburan?
3. Bagaimana frekuensi program televisi berdasarkan kategori fungsi media massa informasi?
4. Bagaimana frekuensi program televisi berdasarkan kategori fungsi media massa pendidikan?
5. Bagaimana frekuensi berdasarkan jenis program berita dari masing-masing stasiun televisi swasta nasional di Indonesia?
6. Bagaimana frekuensi berdasarkan jenis program non berita dari masing-masing stasiun televisi swasta nasional di Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana kategori jenis program dari setiap stasiun televisi swasta nasional di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis frekuensi program televisi berdasarkan kategori fungsi media massa hiburan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis frekuensi program televisi berdasarkan kategori fungsi media massa informasi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis frekuensi program televisi berdasarkan kategori fungsi media massa pendidikan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis frekuensi berdasarkan jenis program berita yang tayangkan pada masing-masing stasiun televisi swasta nasional di Indonesia.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis frekuensi berdasarkan jenis program non berita yang tayangkan pada masing-masing stasiun televisi swasta nasional di Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Aspek Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan manfaat serta dapat dijadikan sumbangan untuk memperkaya penelitian di bidang Ilmu Komunikasi khususnya ilmu *broadcasting*. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya studi media yang menggunakan analisis isi kuantitatif program televisi swasta nasional di Indonesia.

### **2. Aspek Praktis**

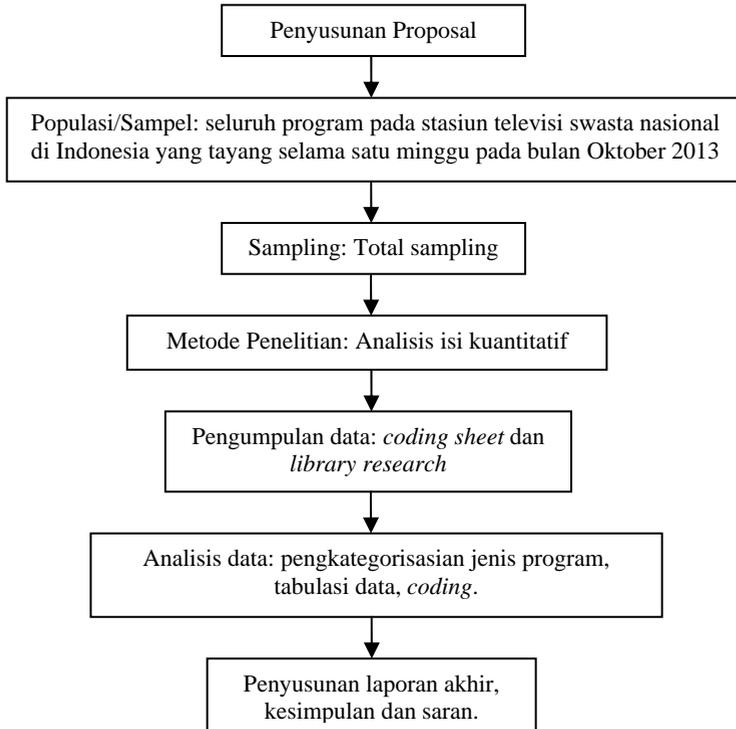
Sebagai bahan acuan dalam meningkatkan informasi bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengetahui kategori jenis program televisi swasta nasional di Indonesia.

#### **1.4.1 Untuk Penelitian Selanjutnya**

Khususnya untuk lingkungan Institut Manajemen Telkom dapat menjadi acuan jika ingin melakukan penelitian dibidang yang sama atau kajian yang mirip dengan penelitian ini. Hal ini disebabkan karena penelitian ini merupakan penelitian pertama yang menggunakan analisis isi kuantitatif serta melakukan penelitian pada program-program televisi swasta nasional di Indonesia. Sehingga penelitian ini akan menjadikan awal yang bagus untuk peneliti-

peneliti selanjutnya mengembangkan kajian terkait menjadi lebih baik lagi.

## 1.5 Tahapan Penelitian



## 1.6 Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Februari-Oktober 2013, dengan melakukan analisa terhadap jenis program yang tayang pada 10 stasiun televisi swasta nasional di Indonesia selama satu minggu pada bulan Oktober 2012.