

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan televisi di Indonesia sangat berkembang pesat, televisi saat ini menjadi media dan sumber informasi yang memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi masyarakat Indonesia. Sampai saat ini, televisi masih menjadi media sebagai kebutuhan informasi masyarakat. Regulasi penyiaran telah membawa perubahan dan tantangan baru bagi penyiaran.

Regulasi penyiaran yang ditetapkan dalam Undang-undang No. 32 tahun 2002 telah membawa banyak perubahan tentang penyiaran di Indonesia, dengan ditetapkan UU ini telah membukakan izin atas berdirinya televisi lokal di Indonesia. Hal tersebut membuat televisi lokal di Indonesia lahir dan semakin berkembang (Rinowati, 2011:3).

Perkembangan televisi lokal setiap tahunnya semakin meningkat dimulai tahun 2003 ada 50 stasiun yang tersebar di Indonesia, lalu tahun 2007 berkembang menjadi 100 stasiun televisi lokal, tahun 2014 mencapai lebih dari 300 stasiun televisi lokal dan yang terbaru pada tahun 2019 ada 400 lebih stasiun televisi lokal yang tersebar di daerah Indonesia (<http://www.atvli.com>).

Kehadiran televisi lokal memberikan warna baru dalam dunia pertelevisian Indonesia. Sehingga televisi lokal mampu memberikan tayangan yang bernuansa budaya serta peristiwa lokal di daerah-daerah tertentu (Haryati, 2013 :1). Bahkan media dan televisi nasional belum banyak mengandung informasi dari berbagai daerah, sehingga menjadi daya tarik yang kuat dari sebuah stasiun televisi lokal. Dalam segi kuantitas, masih banyak televisi lokal yang jauh dari harapan, karena televisi lokal tidak mengikuti perkembangan dalam segi kualitas (Haryati, 2013:5). Ada banyak televisi lokal yang tidak mampu mempertahankan eksistensinya dikarenakan persaingan industri yang sangat berat.

Berhadapan dengan tv nasional yang sudah memiliki peralatan, SDM yang baik dengan modal yang kuat adalah tantangan yang harus dihadapi tv lokal. Presentase jumlah penonton televisi lokal menurut AC Nielsen, April, 2011 research menunjukkan jumlah presentase TV nasional lebih tinggi dari pada TV lokal.

Presentase TV lokal dari tahun 2010 menurun dibandingkan dengan 2009, yaitu dari 2,5 persen menjadi 2,6 persen. Sementara TV nasional yang mencakup 10 kota besar di Indonesia dan pemirsa diatas lima tahun ke atas sebesar 97,5 persen. Oleh karena itu, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa jumlah penonton televisi lokal jauh lebih rendah dari pada televisi swasta yang bersiaran nasional, dengan peminat TV lokal 2,5 persen maka televisi lokal harus saling berusaha merebut penonton tersebut. Dengan kekuatan TV nasional yang mendominasi, maka TV lokal harus segera menyiapkan strategi agar tetap bisa bertahan (Rinowati, 2011:3).

Bukan hanya televisi nasional yang menjadi saingan untuk TV lokal, tapi TV lokal lainnya, TV berlangganan, *streaming* televisi dalam jaringan, televisi digital, dan media *daring* juga merupakan saingan dari TV lokal tersebut. Maka dari itu televisi tersebut harus mempunyai strategi-strategi untuk menarik perhatian penonton.

Dalam situasi persaingan terberat industri pertelevisian lokal seperti televisi nasional dasarnya sudah dapat dipahami oleh pemerintah dan para pembuat kebijakan penyiaran. Oleh sebab itu dalam Undang-Undang Penyiaran, semangat untuk menghidupkan televisi lokal telah diatur melalui Sistem Stasiun Jaringan (SSJ). Semangat dasar dari siaran berjaringan yaitu telah terpenuhinya aspek penyebaran kepemilikan (*diversity of ownership*), aneka ragam isi atau program siaran (*diversity of content*), dan kearifan lokal. Sudah tertera dalam format penyiaran itu, maka *head to head* antara televisi Jakarta yang bersiaran nasional dan TV lokal tidak akan terjadi dan lebih terbatas. Sebaliknya, didorong dalam bentuk kemitraan yang diharapkan dapat mebesarkan televisi lokal dan menciptakan keadilan-keadilan yang merata di industri penyiaran televisi. Tetapi sudah hampir 10 tahun sejak Undang-Undang 32 tahun 2002 tentang penyiaran dibuat dan diterbitkan, perwujudan dari pelaksanaan sistem televisi berjaringan di Indonesia, hasil yang diharapkan masih jauh dari harapan yang diinginkan. Implementasi dari wujud tersebut sepertinya berhenti di idealisme, sebab yang terjadi justru sebaliknya.

Salah satu provinsi yang memiliki televisi lokal terbanyak yakni Provinsi Jawa Barat di antara Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur. Seperti data yang telah peneliti rangkum dibawah berikut dari berbagai sumber:

**Tabel 1.1**

**Jumlah Televisi Lokal Yang Masih Aktif Diberbagai Provinsi Di Pulau Jawa**

Pulau	Jumlah	Stasiun TV Masih Aktif
Jawa Barat	36	TVRI Jawa Barat, BCTV, iNews Bandung, Garuda Vision, I Channel, PJTV, NET Jawa Barat, Kompas TV Jawa Barat, Bandung TV, MQTV, Bekasi TV, Green TV IPB, Megaswara TV, NET Cirebon, RCTV, CCTV Indramayu, SKTV Majalengka, Bhineka TV, Jabar TV, iNews Majalengka, Kemuning TV, Jatiluhur TV, iNews Sukabumi, Kompas TV Sukabumi, Dian TV Sukabumi, Sembada TV, Subi TV, ParTV, SMTV, Radar Tasikmalaya, SKTV Kuningan, R Channel.
Jawa Tengah	34	TVRI Jawa Tengah, iNews Semarang, Kompas TV Jawa Tengah, USM TV, TVKU Semarang, MAJT TV Semarang, IMTV Semarang TV, NET. Jawa Tengah, Satelit TV, iNews Purwokerto, Ampu TV, BMS TV, Satria Mandala TV, Grabag TV, iNews Magelang, TMTV, Magelang TV, TATV, O Channel Solo, Solo TV, ISI TV, JK Lentera TV, Salatiga TV, Satya Wacana TV, MTA TV, Batik TV, Kompas TV Pekalongan, Ratih TV, Purworejo TV, Kompas TV Purworejo, Simpang5 TV, Jepara TV.
Jawa Timur	34	TVRI Jawa Timur, SBO TV, Kompas TV Jawa Timur, TV9 Nusantara, Surabaya TV, BBS TV, Arek TV, NET. Jawa Timur, JTV Surabaya, Dhamma TV, Gajayana TV, JTV Malang, Malang TV, Kompas TV Malang, Agropolitan TV, Batu TV, Dhamma TV Kediri, Kilisuci TV, DhohoTV, Kediri, JTV Kediri, Madu TV, Kompas TV Madiun, Sakti TV, JTV Madiun, JTV Pacitan, Kompas TV Jember, JTV Jember, Citra TV, Madura Channel, JTV Bojonegoro, JTV Trenggalek, JTV Banyuwangi.

*Sumber: Olahan Peneliti 2020*

Menurut KPID Korbid Kelembagaan Jawa Barat, dalam perizinan daerah Jawa Barat dinyatakan sebagai provinsi yang dengan pengajuan izin lembaga penyiaran terbanyak di Indonesia.

**Tabel 1.2**  
**Data Televisi Lokal Jawa Barat**

Stasiun TV	Frekuensi	Kota/ Kab	Stasiun TV	Frekuensi	Kota/ Kab
TVRI JAWA BARAT	40 UHF	BANDUNG	RADAR TASIKMALAYA TV	58 UHF	TASIKMALAYA
BCTV BANDUNG	21 UHF	BANDUNG	RCTV	58 UHF	CIREBON
IMTV	22 UHF	BANDUNG	DIAN TV	31 UHF	CIREBON
GARUDA VISION TV	24 UHF	BANDUNG	RTV CIREBON	60 UHF	CIREBON
I CHANNEL	26 UHF	BANDUNG	BADAR TV	24 UHF	BEKASI
PARIUZ VAN JAVA TV	28 UHF	BANDUNG	TVN	61 UHF	BEKASI
NET BANDUNG	30 UHF	BANDUNG	ATV SUKABUMI	30 UHF	SUKABUMI
KOMPAS TV JAWA BARAT	34 UHF	BANDUNG	SUBI TV	60 UHF	SUKABUMI
RTV BANDUNG	36 UHF	BANDUNG	RTV SUKABUMI	22 UHF	SUKABUMI
BANDUNG TV	38 UHF	BANDUNG	DIAN TV SUKABUMI	32 UHF	SUKABUMI
MQTV	60 UHF	BANDUNG	PAR TV	23 UHF	SUMEDANG
CB CHANNEL	21 UHF	DEPOK	SMTV	29 UHF	SUMEDANG
DEPOK TV	62 UHF	DEPOK	SKTV MAJALENGKA	50 UHF	MAJALENGKA
GREEN TV IPB	5 VHF	BOGOR	BHINEKA TV	52 UHF	MAJALENGKA
MGSTV	25 UHF	BOGOR	JABAR TV	56 UHF	MAJALENGKA
NUSANTARA TV	32 UHF	JABODETABEK	INews MAJALENGKA	60 UHF	MAJALENGKA
JATILUHUR TV	59 UHF	PURWAKARTA			
RTV PURWAKARTA	61 UHF	PURWAKARTA			

*Sumber: Direktori Lembaga Penyiaran Berizin di Provinsi JABAR 2017-2018*

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa Kota Tasikmalaya merupakan kota yang hanya memiliki satu TV lokal yang masih aktif di antara daerah-daerah yang memiliki tv lokal lainnya.

**Tabel 1.3**  
**Televisi Lokal yang ada di Tasikmalaya**

No	Stasiun TV	Awal Siaran	Frekuensi	Nama Perusahaan
1.	Taz TV Tasikmalaya	10 Mei 2009	52 UHF Mhz	PT. MSK- TAZTV
2.	Radar Tasikmalaya TV	25 September 2010	58 UHF Mhz	PT. Wahana Televisi Tasikmalaya
3.	Priangan TV	8 Januari 2014	50 UHF Mhz	PT. Duta Siaran Priangan Televisi

*Sumber : Olahan Peneliti 2020*

Berdasarkan tabel di atas, Radar TV Tasikmalaya merupakan televisi lokal satu-satunya yang mampu bertahan hingga saat ini, meskipun stasiun televisi ini pertama kali disiarkan pada akhir 2010 atau satu tahun dari pendirian Taz TV selaku televisi lokal pertama di Tasikmalaya, namun keberadaannya mampu bertahan hingga saat ini jika dibandingkan dengan stasiun televisi lokal lainnya yang ada di Tasikmalaya. Dimana Taz TV selaku stasiun televisi lokal yang pertama kali siaran di Tasikmalaya dan sekitarnya kurang mampu bersaing dengan televisi swasta nasional, yang membuat stasiun televisi tersebut harus diakuisisi oleh I News TV yang notabene merupakan salah satu televisi swasta yang terkemuka di Indonesia, begitu juga dengan Priangan TV yang pada awalnya merupakan stasiun televisi analog, pada pertengahan tahun 2017 bertransformasi menjadi saluran digital.

Radar Tasikmalaya TV (Radar TV) merupakan televisi lokal anak jaringan dari Jawa Pos Grup, TV lokal ini terletak di Jalan SL Tobing No. 99 Tugujaya, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat ini memiliki slogan Televisi Kebanggaan Kita Bersama. Radar TV memulai siarannya pukul 06.00 – 22.00 kurang lebih selama 16 jam. Radar TV memiliki segmentasi TV informasi berkonten lokal, dengan program unggulan berita terkini seputar priangan timur yaitu Radar *News* dengan intensitas penayangan tiga kali sehari yaitu Radar Siang pukul 12.00, Radar Sore 16.30 dan Radar Malam 20.30. Tak hanya program berita, Radar TV juga mempunyai banyak program hiburan seperti program musik, *talkshow*, religi, dan program wisata dan kuliner. Kehadiran televisi lokal di Tasikmalaya, diharapkan bisa setara dengan televisi nasional, apalagi

dalam memberikan informasi yang positif dan informasi tentang budaya yang saat ini cenderung terabaikan. Namun menurut Irianto Edi Pramono selaku Korbid kelembagaan KPID Jawa Barat, dari ke-empat televisi lokal yang ada di Tasikmalaya di atas hanya Radar Tasikmalaya TV yang masih aktif bersiaran sampai saat ini dan memiliki izin dari KPID Jabar, sementara Taz TV dan Priangan TV sudah tidak beroperasi dikarenakan sumber daya manusia yang kurang dan lemahnya modal. MGI TV merupakan televisi kabel yang membahas seputar agama islam dan belum mendapatkan izin dari KPID Jabar (Wawancara 10 Januari 2020 dengan Korbid Kelembagaan KPID Jawa Barat tempat KPID Jabar).

Pada penelitian kali ini, peneliti memilih Radar TV Tasikmalaya sebagai subjek yang diteliti, berdasarkan apa yang telah dilihat oleh peneliti, Radar TV Tasik mampu menjalankan perannya dalam dengan terus konsisten memproduksi konten lokalnya. Radar TV bekerjasama dengan Jawa Pos TV, namun dalam jumlah perbandingan presentase yaitu 10% program *relay* dan 90% konten lokal. (Wawancara dengan Pemimpin Redaksi Hilmi Pramudya 22 Januari 2020 tempat di Kantor Radar TV Taikmalaya)

Di Priangan Timur, Radar TV Tasikmalaya merupakan media yang masih aktif dan mempunyai peran yang penting dalam melestarikan budaya dan peristiwa yang ada di daerah. Televisi lokal sendiri diharuskan memiliki konten yang berisi program-program yang lebih mengangkat kearifan budaya lokal dengan tujuan untuk membangun budaya masing-masing di setiap daerahnya. Televisi lokal menjadi sebuah cara untuk mengangkat potensi daerah, karena konten lokal bias disesuaikan dengan situasi masyarakat ditempat. ([www.radartv.com](http://www.radartv.com))

Sampai saat ini Radar TV berhasil mempertahankan eksistensinya dengan jumlah sumber daya yang terbatas sebagai televisi lokal. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin mempelajari lebih dalam bagaimana strategi yang dilakukan televisi lokal dalam mempertahankan eksistensinya.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus Penelitian yang dilakukan peneliti adalah Strategi Radar TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal di Tasikmalaya.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi program di Radar TV Tasikmalaya?
2. Bagaimana strategi menarik audiens di Radar TV Tasikmalaya?
3. Bagaimana Strategi pemasaran program di Radar TV Tasikmalaya?
4. Bagaimana strategi sumber daya manusia di Radar TV Tasikmalaya?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi program di Radar TV Tasikmalaya?
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi menarik audiens di Radar TV Tasikmalaya?
3. Untuk mengetahui bagaimana Strategi pemasaran program di Radar TV Tasikmalaya?
4. Untuk mengetahui bagaimana strategi sumber daya manusia di Radar TV Tasikmalaya?

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya.

- b. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran bagi para pembaca yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai strategi televisi lokal dalam mempertahankan eksistensi.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Kegiatan proposal penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung dari bulan Oktober 2019 hingga September 2020. Rincian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini.

**Tabel 1.4 Waktu dan Periode Penelitian**

No	Tahapan	2019-2020											
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
1.	Menentukan topik dan ide penelitian												
2.	Penyusunan Skripsi dari Bab I sampai Bab III												
3.	Menentukan narasumber penelitian												
4.	Pengumpulan data												
5.	Analisis data												
6.	Penyusunan Skripsi												

*Sumber: Olahan peneliti 2020*