

BAB I

PENDAHULUAN

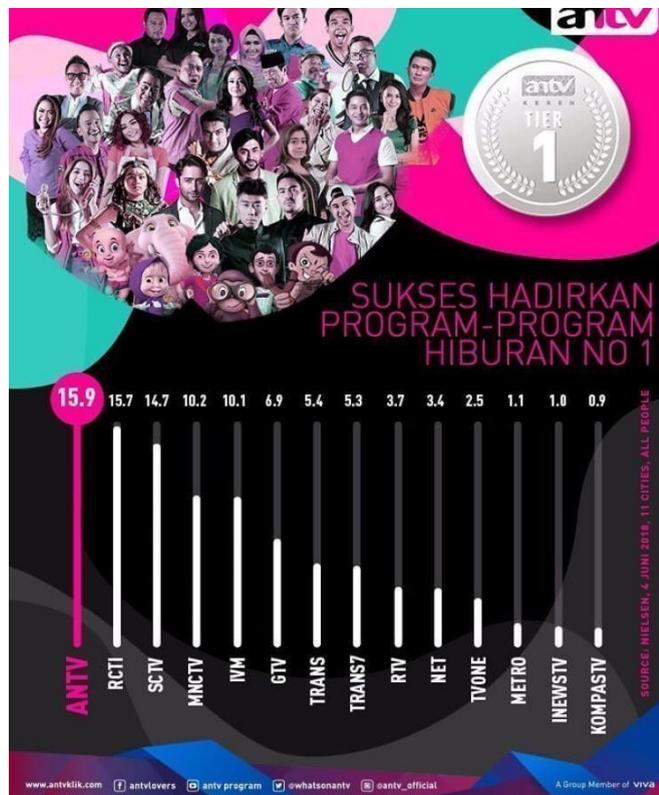
1.1 Latar Belakang

Media massa sangat bermanfaat bagi ruang komunikasi dalam informasi yaitu sebagai penyebar informasi, salah satunya adalah televisi. Menurut Elvinaro media massa memiliki fungsi seperti menghibur yang tujuannya dapat meredakan kemelut pikiran masyarakat, berkat melihat berita-berita ringan atau menonton cuplikan hiburan pada televisi berhasil menciptakan pikiran pemirsa segar kembali (2017:17). Televisi masih menjadi salah satu media massa pilihan masyarakat yang memerlukan informasi terkini serta media massa untuk mendapatkan hiburan. Televisi adalah media massa yang penyajiannya berupa gambar dan video disertai dengan iringan suara, atau biasa disebut audiovisual. Oleh karena itu, televisi mempunyai keistimewaan dibanding media massa lainnya. Daya tarik maksimal itulah yang menciptakan televisi masih marak dibanding media yang lainnya (Effendy, 1997:41). Televisi tidak menutup batasan sekedar bagi penggunaan masyarakat terpilih saja namun telah meraih pengguna menyeluruh dari jenis tipe tak terkecuali anak-anak dan remaja (Kuswandi, 2009:53). Di dalam televisi, terdapat stasiun-stasiun televisi yang melengkapi mekanisme penyiaran kepada pemirsa televisi.

Di Indonesia, seiring dengan bermunculannya stasiun televisi yang menayangkan program-program yang menarik serta mengedukasi para penikmatnya, tidak heran jika telah terjadi persaingan ketat di dalam stasiun pertelevisian. Menurut Usman pada awalnya, di Indonesia hanya terdapat satu stasiun televisi yang dikelola pemerintah, yaitu stasiun televisi TVRI. Setelah itu, pada tahun 1989 terciptalah stasiun televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia atau dapat dikenal dengan RCTI. Disusul oleh stasiun televisi lain seperti Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Indosiar, dan Andalas Televisi (ANTV). Mulai zaman reformasi, stasiun televisi swasta semakin bermunculan seperti Metro TV, Transformasi Televisi (Trans TV), TV7, TVOne, dan GlobalTV (2009:1). Pada era globalisasi, media massa seperti televisi menjadi peran penting sebagai salah satu ikon modernisasi. Media televisi telah

mengantarkan perubahan pada peradaban yang signifikan (Effendi, 2009:21). Dalam perkembangan stasiun televisi swasta di Indonesia, tentunya memerlukan komunikasi agar program-program yang disiarkan diminati oleh masyarakat. Berikut adalah gambar yang memperlihatkan *rating* stasiun televisi di Indonesia berdasarkan survey Nielsen pada bulan Juni tahun 2018:

Gambar 1.1
Rating Stasiun Televisi di Indonesia Berdasarkan Survey Nielsen
pada Bulan Juni Tahun 2018



Sumber: [instagram.com/otis_hahijary](https://www.instagram.com/otis_hahijary) diakses pada tanggal 21 Maret 2020 pukul 11.47 WIB

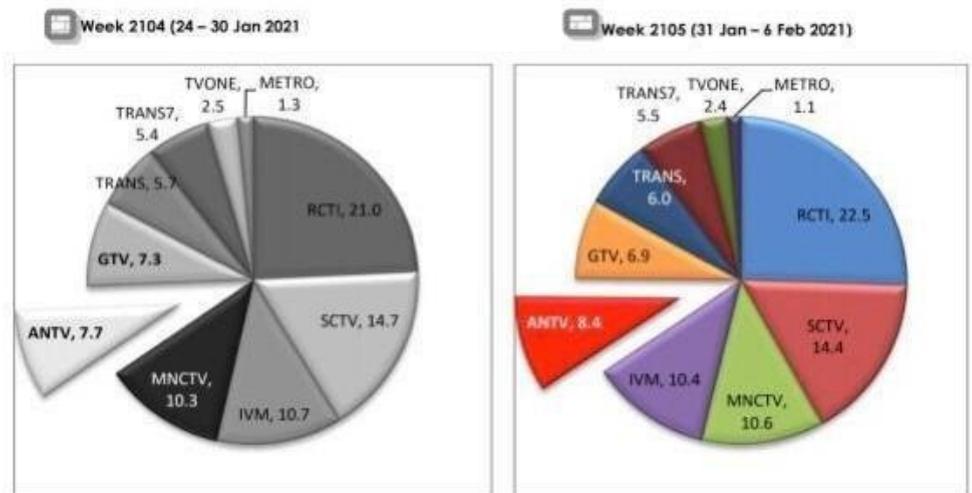
Terlihat dari gambar 1.1, terdapat berbagai saluran televisi swasta di Indonesia yang menyiarkan berbagai program hiburan, dan ANTV (Andalas Televisi) menduduki peringkat pertama. Hal tersebut berdasarkan hasil survey Nielsen pada bulan Juni tahun 2018, ANTV berhasil meraih *rating* pertama dalam menghadirkan program-program hiburan. Saluran televisi ANTV merupakan salah satu saluran televisi swasta nasional Indonesia. Pada awalnya stasiun televisi

ANTV ditayangkan tepat 1 Januari 1993 di kota Bandar Lampung dan sekitarnya. Berawal pada sebuah persetujuan siaran lokal di Bandar Lampung. Setelah beberapa waktu, telak tanggal 1 Maret 1993 pukul 18.00 WIB, ANTV secara resmi ditayangkan ke penjuru Indonesia dari Jakarta, ANTV beroperasi selama 4 jam sehari. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Antv> diakses pada 20 Maret 2020 pukul 07.15 WIB).

Selama mengudara di dunia pertelevisian Indonesia, ANTV menayangkan program-program yang menarik bagi masyarakat. Dalam menayangkan program, stasiun televisi saling bersaing satu sama lain untuk menghasilkan program yang berkualitas. Pemilihan program-program yang tayang pada stasiun televisi memerlukan daya minat para masyarakat penikmat televisi. Dengan berbagai program yang hadir, terdapat jenis dari program yang ditayangkan. Isi program stasiun televisi di Indonesia menurut Dedy Iskandar Muda menyeluruhi program *documenter, news reporting, magazine, education, art & culture, talk show, advertising, call – in show, sinetron, music, comedy,, game show, dan tv movies* (2005:9). Program yang disiarkan pada stasiun televisi adalah faktor yang memicu khalayak tertarik untuk mengikuti program tersebut.

Pemirsa televisi di Indonesia disuguhkan dengan program televisi yang beragam seperti program musik, *infotainment*, berita, serta serial drama atau sinetron. Apa yang ada di pikiran audien perihal acara tayangan, lazimnya selalu mengenai acara-acara yang menarik serta menghibur (Morissan, 2009:379). Stasiun televisi yang memfokuskan programnya pada pemberitaan atau *news* adalah ANTV. ANTV (Andalas Televisi) memiliki sebuah program pemberitaan yang menyajikan berita faktual. Terkait dengan hal tersebut, sebuah program *news* atau pemberitaan di ANTV menyajikan berita yang digemari masyarakat. Sejak awal penayangannya pada tanggal 1 Maret 1993, program pemberitaan ANTV menjadi salah satu pelopor tayangan berita yang digemari masyarakat. Dalam hal itu, program di ANTV mendapati hasil *rating* dan *share* yang menjadi acuan bagi keberhasilan program tersebut, berikut gambar *rating* dan *share* dalam penayangan program di ANTV periode Januari sampai dengan Februari 2021:

Gambar 1.2
Hasil *Rating* dan *Share* Program Periode Januari – Februari 2021 di ANTV



Sumber: Dokumentasi HRD *News* ANTV

Kehadiran program pemberitaan ANTV telah tayang pada industry pertelevisian di Indonesia. Di balk pencapaian penayangan program pemberitaan ANTV, tentunya diperlukan strategi komunikasi dari seluruh tim program pemberitaan dalam pelaksanaan koordnasi penayangannya. Pada periode bulan Januari 2021 hingga Februari 2021 terlihat bahwa terdapat peningkatan *rating* dari minggu ke empat hingga minggu selanjutnya. Hal ini memperlihatkan bahwa program pemberitaan di ANTV dapat menarik perhatian khalayak terkait gambar di atas.

Pemilihan konten berita oleh program pemberitaan di ANTV yang ditayangkan pada periode penayangan bulan Januari 2021 di awali dengan berita tentang Presiden Republik Indonesia yaitu Joko Widodo yang telah divaksinasi pencegahan COVID-19. Pemberitaan tentang vaksinasi Presiden Republik Indonesia yang kerap disapa dengan nama Jokowi tersebut menarik perhatian khalayak yang menjadi salah satu keunikan dalam penelitian ini.

Keberhasilan program pemberitaan di ANTV tercapai karena Kerjasama yang baik dalam satu tim program tersebut. Tayangan perdana pada program pemberitaan di ANTV yakni berita liputan tentang jalannya Sidang Umum DPR / MPR tanggal 1 Maret 1993. Program pemberitaan di ANTV berhasil menayangan berita yang faktual

dengan mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan sesuai dengan kondisi masa kini.

Penyusunan strategi komunikasi pada tim program pemberitaan di ANTV disusun untuk mencapai tujuan program. Dengan adanya strategi komunikasi yang baik dan terarah di dalamnya, maka program pemberitaan akan berjalan dengan sesuai visi dan misinya. Karena, sebuah produksi program harus memahami dan mengetahui siapa saja khalayak mereka. Kebutuhan khalayak terpenuhi melalui program yang disajikan (Morissan, 2011:173). Program pemberitaan di ANTV mampu mengikuti selera khalayak dengan cara mengetahui *audience* dalam pelaksanaan strategi komunikasinya. Strategi komunikasi yang diaplikasikan pada tim program pemberitaan dalam pelaksanaan koordinasi penayangannya tidak mudah, karena di setiap program televisi saling bersaing satu sama lain dalam menarik perhatian pemirsa televisi.

Dalam strategi komunikasi pada tim program pemberitaan di ANTV dibutuhkan kerjasama dan kerja keras seluruh tim program mulai dari penentuan target sasaran *audience* atau khalayak agar pelaksanaan koordinasi penayangan terlaksana dengan baik. Pada program pemberitaan di ANTV, strategi komunikasi disampaikan melalui *manager* lalu strategi komunikasi tersebut diterima oleh tim program pemberitaan. Dalam pelaksanaan koordinasi penayangannya, *manager* serta tim program pemberitaan mengelola strategi komunikasi yang diaplikasikan pada penayangan program tersebut.

Program pemberitaan di ANTV saling bersaing dengan program pemberitaan stasiun televisi lain, program tersebut saling bersaing untuk mendapatkan *rating* dan *share* serta minat pemirsa televisi. Dari hasil *rating* dan *share* yang diperoleh, hal tersebut menjadi penanda baik pada strategi komunikasi dalam pelaksanaan koordinasi penayangannya. Program pemberitaan ini menarik untuk diteliti karena strategi komunikasi yang dikelola serta diaplikasikan sehingga pelaksanaan koordinasi penayangan dilakukan dengan baik dari *manager* ditujukan kepada tim program pemberitaan. Memandang hal tersebut, peneliti memfokuskan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dikelola pada tim program pemberitaan di ANTV. Penelitian ini akan membahas tentang program pemberitaan, yaitu dari strategi komunikasi yang dikelola serta pelaksanaan koordinasi penayangannya melalui judul **“Strategi Komunikasi pada Tim Program Pemberitaan dalam Pelaksanaan Koordinasi Penayangan pada Periode Januari – Februari 2021 di ANTV”**.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan dalam pelaksanaan koordinasi penayangan sebagai salah satu program di stasiun televisi ANTV.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi yang disampaikan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan dalam pelaksanaan koordinasi penayangan di ANTV?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengenai latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan di ANTV dalam pelaksanaan koordinasi penayangannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang hendak dituju peneliti melalui penelitian ini yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

Manfaat teoritis yang hendak dituju peneliti melalui penelitian ini yaitu:

- a. Memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan dalam pelaksanaan koordinasi penayangannya di ANTV.
- b. Dapat menjadi bahan referensi dan bahan rujukan dalam melakukan penelitian maupun pengajaran pada bidang strategi komunikasi ataupun komunikasi organisasi.

1.5.2 Aspek Praktis

Manfaat praktis yang hendak dituju peneliti melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi serta pemahaman lebih jauh dan menyeluruh mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan dalam pelaksanaan koordinasi penayangan di ANTV.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini berguna sebagai penambah wawasan serta pengetahuan tentang strategi komunikasi pada program televisi.
- c. Untuk peneliti sesudahnya, hasil penelitian ditujukan agar dapat menjadi sarana bagi penelitian sesudahnya yang akan melakukan penelitian pada keahlian strategi komunikasi pada program televisi.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Pelaksanaan kegiatan penelitian yang meneliti tentang Strategi Komunikasi pada Tim Program Pemberitaan dalam Pelaksanaan Koordinasi Penayangan di ANTV dilakukan sejak Februari 2020 hingga Februari 2021.

Tabel 1.1

Waktu dan Periode Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		Februari 2020	Maret - Juni 2020	Juli 2020	Oktober - Desember 2020	Januari 2020	Maret 2021
1.	Penentuan Judul, Menentukan topik penelitian, Observasi kelapangan						
2.	Penyusunan BAB 1 sampai BAB 3						
3.	Desk Evaluation						
4.	Penyusunan BAB 4 – BAB 5						
5.	Pelaksanaan Sidang Skripsi						

