

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk merealisasikan tujuan dari suatu perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing secara berkesinambungan melalui pasar yang telah dipilih melalui program yang digunakan untuk melayani pasar tersebut (Tjiptono & Gregorius, 2012). Pemasaran memegang peranan sangat penting dalam mendorong kemajuan media penyiaran, bahkan berperan sangat menentukan dalam kelangsungan hidup media penyiaran komersial. Salah satu media penyiaran komersial adalah televisi. Untuk dapat bersaing di era yang serba modern seperti sekarang ini, televisi terus mengembangkan strategi pemasarannya. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh televisi adalah dengan melakukan digitalisasi.

Dewasa ini, informasi telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Perkembangan pesat ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak besar terhadap perkembangan distribusi informasi. Untuk dapat mengikuti perkembangan zaman sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, setiap media harus beradaptasi. Misalnya media beradaptasi dengan melakukan digitalisasi. Selain perubahan dari media cetak menjadi digital, perubahan juga dilakukan media elektronik analog, khususnya televisi. Televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*. *Tele* memiliki arti jauh dan *vision* berarti nampak. Televisi dapat diartikan sebagai sesuatu yang nampak serta dapat dilihat melalui jarak jauh (Uchjina & Effendy, 2003). Televisi juga dapat diartikan sebagai suatu alat yang berfungsi untuk menangkap siaran bergambar yang merupakan audio/visual yang disampaikan secara *broadcasting* (Ilham, 2010). Pada awalnya, televisi disiarkan melalui jaringan analog, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, sinyal analog tidak lagi efektif untuk melakukan siaran. Karena hal itu, televisi melakukan perubahan siaran melalui jaringan digital. Proses perubahan televisi analog menjadi digital biasa disebut sebagai *Analog Switch-Off* (ASO). Proses perpindahan jaringan televisi analog ke digital di Indonesia telah dilakukan sejak

tahun 2018. Hal ini ditandai oleh pemerintah yang berencana untuk memberlakukan sistem televisi digital dan memberhentikan sistem televisi analog secara bertahap di seluruh pelosok negeri. Hal ini diatur dalam Peraturan Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 22 tahun 2011 mengenai Penyelenggaraan Televisi Digital.

Proses *Analog Switch Off* (ASO) atau perpindahan televisi analog menjadi digital di Indonesia telah mulai diimplementasikan sejak tahun 2019 dan akan dilakukan secara penuh pada tahun 2022. Hal ini berarti, seluruh televisi di Indonesia akan melakukan siaran secara digital pada tahun 2022. Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) memberikan batas waktu ASO hingga 2 November 2022. Menurut Kominfo, per Januari 2022 nanti, sebanyak 291 atau 41,75 persen dari total keseluruhan lembaga penyiaran telah melakukan siaran secara digital. TV digital di Indonesia sendiri mulai bermunculan, meskipun program ASO belum diimplementasikan secara keseluruhan. Perusahaan-perusahaan media penyiaran yang telah melakukan penyiaran secara digital adalah sebagai berikut

**Tabel 1. 1 Perusahaan Penyiaran TV Digital**

NO	Perusahaan	TV Digital
1	MNC Media	1.RCTI 2.MNCTV 3.INews 4. GTV
2	Emtek	1.Indosiar 2.SCTV 3.OChannel 4. Mentari TV
3	Bakrie Group	1.ANTV 2.TVOne 3.SportOne 4.JAKTV 5. Sportone

4	Trans Media	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TransTV</li> <li>2. Trans 7</li> <li>3. CNN Indonesia</li> <li>4. CNBC Indonesia</li> <li>5. Kompas TV</li> <li>6. KTV</li> <li>7. Gramedia TV</li> </ol>
5	LPP TVRI	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TVRI DKI</li> <li>2. TVRI Kanal 3</li> <li>3. TVRI Sport HD</li> <li>4. Nusantara TV</li> <li>5. Inspira TV</li> <li>6. TV MU</li> <li>7. Badar TV</li> <li>8. DaAi TV</li> <li>9. NET</li> <li>10. Tempo TV</li> <li>11. Elashinta TV</li> </ol>

Sumber : Reportase CNBC Indonesia tahun 2022

Selain kelima perusahaan di atas, perusahaan yang cukup gencar membangun jaringan televisi digital adalah Media Grup News. Media Grup News memiliki beberapa saluran televisi digital antara lain Magna Channel, BNTV, BBS TV, My TV, UGTV, JPM-TV dan Smile TV. Dari beberapa saluran televisi digital yang dimiliki Media Grup News salah satunya sudah menerapkan sistem penyiaran televisi terestrial.

Sistem penyiaran televisi terestrial dapat didefinisikan sebagai pengambilan atau penyimpanan gambar serta suara secara digital yang proses (*encoding-multiplexing*) dan transmisinya dilakukan secara digital. Setelah melalui proses pengiriman melalui udara, proses penerimaan atau *receiving* pada pesawat penerima dilakukan pula secara digital, baik itu penerimaan tetap di rumah (*fixed reception*) maupun penerimaan bergerak atau *mobile reception* (Budiarto, 2007). Penyiaran terestrial merupakan penyiaran dengan menggunakan frekuensi radio (VHF/UHF) seperti halnya siaran analog, namun konten yang dikemas adalah konten digital. Di Indonesia sendiri hanya beberapa perusahaan televisi sudah merapkan sistem penyiaran televisi terestrial salah satunya Magna Channel.

Magna Channel merupakan televisi terestrial pertama di Indonesia. Magna Channel merupakan jaringan televisi terestrial digital swasta nasional yang dimiliki oleh Media Group, yang merupakan pemilik Metro Tv dan BN Channel. Magna Channel pertama kali mengudara pada 16 Juli 2020. Dengan peresmian ini, Magna Channel mengklaim dirinya sebagai televisi digital swasta pertama yang berskala nasional. Hal ini menjadi peluang dikarenakan dunia penyiaran di Indonesia sedang melakukan proses *Analog Switch Off*. Dunia penyiaran di Indonesia memiliki permasalahan penyiaran karena masih jauh tertinggal dalam hal penyiaran digital. Penyiaran analog sangat boros tempat, sinyal ini membuat spektrum radio penyiaran menjadi sangat padat. Untuk itu diperlukan proses digitalisasi untuk membuatnya lebih efektif.

Konten yang disiarkan melalui Magna Channel cukup beragam mulai dari fesyen, hiburan, varietas, musik hingga gaya hidup. Magna Channel menargetkan penontonnya wanita dan millennial dengan rentan usia 15 tahun ke atas. Sebagai televisi terestrial pertama, Magna Channel memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat guna menjangkau penonton lebih luas. Hal ini dikarenakan pada awal perpindahan televisi digital menjadi analog, masyarakat yang masih familiar dengan siaran digital. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Magna Channel untuk mengedukasi masyarakat sekaligus berkembang sebagai televisi terestrial pertama di Indonesia. Untuk itu, Magna Channel memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat.

Menurut Kotler & Keller (2013) definisi strategi adalah sebuah perwujudan dari rencana yang terarah guna mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Secara umum, strategi mempunyai tujuan untuk mencari maksud. Dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif, tujuan dari suatu organisasi dapat tercapai. Dalam konteks Magna Channel, strategi komunikasi yang tepat dapat membantu menjangkau *audiens* lebih luas. Pemasaran sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia melalui proses pertukaran. Pemasaran tidak boleh berhenti berinovasi jika ingin tetap relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi informasi merevolusi kebiasaan konsumerisme manusia.

Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran yang digunakan perusahaan dengan harapan setiap unit bisnisnya mampu memenuhi tujuan perusahaan (Kotler & Armstrong, 2001). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana dari keseluruhan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan guna memberikan arah terhadap setiap unit bisnis dalam perusahaan tersebut dalam rangka mencapai tujuannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi pemasaran Magna Channel. Teori pemasaran yang digunakan untuk analisis adalah strategi komunikasi dan strategi pemasaran 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*). Selain itu, akan dilakukan pula analisis *positioning* dan analisis *targetting*. Judul dari penelitian ini adalah "**Strategi Komunikasi Pemasaran Magna Channel Sebagai Televisi Digital Terrestrial Pertama Di Indonesia**". Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan melakukan studi pustaka dan wawancara langsung dengan pihak Manajemen Magna Channel.

### **1. 2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab melalui hasil penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran Magna Channel sebagai televisi digital terrestrial pertama di Indonesia?

### **1. 3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan hal-hal yang berusaha dicapai dengan adanya sebuah penelitian. Tujuan yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi pemasaran Magna Channel sebagai televisi digital terrestrial pertama di Indonesia.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan para pelaku penyiaran khususnya televisi terestrial dapat menggunakan hasilnya sebagai informasi mengenai strategi komunikasi pemasarannya. Harapannya, informasi ilmiah ini akan dapat menambah efektifitas teknis pemasaran untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

### 1.4.2 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan teoritis dan sebagai acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat mengambil saran penelitian sebagai sarana evaluasi guna melakukan penelitian lanjutan yang lebih sempurna.

### 1.4.3 Manfaat Untuk Objek

Manfaat bagi objek dalam hal ini Magna Channel dengan adanya penelitian ini adalah sebagai sarana pendalaman pengetahuan tentang strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Melalui penelitian ini pula, diharapkan dapat diketahui kelemahan dan keunggulan strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan sehingga dapat disempurnakan untuk kedepannya.