

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media komunikasi berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Televisi menjadi salah satu media komunikasi yang terus berkembang dan selalu menghadirkan inovasi-inovasi demi menunjang perkembangan zaman. Televisi selain menjadi media komunikasi yang menyampaikan berbagai informasi, televisi menjadi populer di kalangan masyarakat karena sajian hiburan dalam program-programnya. Dengan format audio visual dapat menyajikan berbagai jenis tayangan seperti program komedi, program musik, FTV, *reality show*, *talkshow*, dan masih banyak lainnya.

Industri televisi di Indonesia bermula sejak 24 Agustus 1962 yang ditandai dengan berlangsungnya Asean Games ke-IV yang dilaksanakan di Senayan. Pada saat itu TVRI atau Televisi Republik Indonesia berdiri namun TVRI melakukan siaran perdanannya pada 17 Agustus 1962 bertepatan dengan momen perayaan Hari Proklamasi Republik Indonesia ke-17. Pada siaran perdananya tersebut TVRI menyiarkan upacara peringatan hari kemerdekaan yang dilaksanakan di Istana Negara dimulai pukul 07.30 WIB dan berakhir pada 11.02 WIB.

Terdapat andil besar dari Presiden Soekarno dalam pembangunan industri televisi di Indonesia dengan meresmikan televisi pertama yang ada di Indonesia yaitu TVRI pada 24 Agustus 1962 dan diresmikan pula sebagai hari kelahiran TVRI. Pada tahun pertama TVRI mampu menjangkau 10.000 pemilik televisi yang ada di Indonesia. Sebagai satu-satunya lembaga penyiaran televisi di Indonesia, TVRI menyiarkan berbagai tayangan seperti liputan-liputan acara kenegaraan, rapat dewan rakyat, berita, acara olahraga, acara hiburan kebutuhan masyarakat namun TVRI dirasa cukup mustahil untuk dapat menjangkau segala siaran yang dibutuhkan masyarakat. Pada

masa pemerintahan Presiden Soeharto memiliki kebijakan untuk membuka kesempatan untuk berdirinya televisi swasta yang pada akhirnya terealisasi pada 24 Agustus 1989 ditandai dengan munculnya Rajawali Citra Televisi Indonesia atau disingkat RCTI dengan pemilik Bambang Trihatmodjo. Munculnya RCTI diiringi secara berturut-turut berdirinya SCTV, TPI yang pada akhirnya berubah menjadi MNCTV dan ANTV. Lalu berlanjut pada Oktober 1999 berdiri Trans TV, MetroTV, Global TV, Lativi dan TV7.

Kehadiran televisi swasta memberikan warna tersendiri terhadap muatan siaran yang dihadirkan kepada masyarakat walaupun lebih bersifat menghibur dibanding mendidik. Selain banyaknya lembaga televisi swasta yang bersifat nasional dalam penyiarannya terdapat juga televisi lokal yang turut menghiasi industri televisi Indonesia. (Goodnewsfromindonesia, 2014)

Kemunculan stasiun televisi lokal adalah bentuk demokrasi penyiaran di Indonesia, yaitu otonomi publik, keberagaman konten dan keberagaman kepemilikan. Salah satu poin utama dari tugas tersebut adalah hadirnya konten yang berkaitan dengan kearifan lokal harus diberi proporsi yang lebih besar. Sesuai dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengamanahkan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) untuk diberlakukan oleh televisi-televisi nasional untuk bekerja sama dengan televisi-televisi lokal. Dengan SSJ ini membuka kesempatan bagi televisi-televisi lokal untuk bekerja sama dengan televisi nasional karena SSJ memberi syarat kepada stasiun televisi yang ingin bersiaran secara nasional diwajibkan untuk melakukan kerja sama dengan stasiun televisi lokal.

Berkaitan dengan keberagaman konten, televisi lokal memiliki amanah untuk memberikan proporsi konten kearifan lokal yang lebih besar. Berbagai aspek kedaerahan seperti seni budaya, seni tradisional, ciri khas daerah, dan tempat-tempat wisata dari daerah setempat adalah kearifan lokal dari daerah tersebut. Dengan adanya televisi lokal diharapkan mampu mengangkat aspek-aspek kearifan lokal suatu daerah menjadi edukasi, hiburan serta pengetahuan baru bagi para *audiens* juga menjadi faktor yang

membantu roda perekonomian daerah setempat. Selain itu televisi lokal memiliki peran melestarikan budaya lokal karena dengan menayangkan materi-materi kearifan lokal dalam kontennya mampu memberikan potensi pengetahuan kepada khalayak.

Yang menjadi permasalahan adalah televisi lokal sangat jarang ditonton oleh pemirsa salah satu penyebabnya adalah penerimaan gambar siaran yang kurang baik (bersemut). Tingkat konsumsi media lokal yang dilakukan oleh Nielsen (2011) pada 10 kota besar di Indonesia mengemukakan bahwa tingkat kepemirsaaan terhadap televisi lokal cenderung rendah, untuk yang terendah berkisar 1,1% saja dan *share* tertinggi hanya di angka 4,4% saja. Masalah lainnya adalah televisi lokal memiliki permasalahan yang berhubungan dengan sumber daya dan infrastruktur yang terbatas juga daya persaingan dengan televisi nasional yang memiliki sumber daya yang lebih berkembang pesat sehingga mengakibatkan timbulnya berbagai hambatan pada proses produksinya. Televisi lokal memerlukan strategi yang baik dalam manajemen produksinya sebagai media hal tersebut tidak terlepas dengan bagaimana televisi lokal tersebut mampu menentukan segmentasi, *targeting*, dan *positioning*-nya dengan demikian televisi lokal mampu menjaga keberadaannya sebagai media yang mampu melestarikan kearifan lokal daerah tersebut.

Burton (2011) mengungkapkan bahwa program televisi merupakan sebuah produk yang dipasarkan. Produk ini memiliki nilai jika menarik, konsumtif dan profitabilitas. Pesan yang dikemas dalam program acara televisi ini kemudian disebarluaskan bersifat umum karena pesan yang dikemas menjadi konten tersebut juga ditujukan kepada umum juga. Yang terpenting bahwa konten televisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi khalayak dan fungsi media massa pun dapat tercapai yaitu memberikan nilai hiburan, pendidikan, dan informasi.

Tabel 1. 1 Daftar Stasiun Televisi Lokal Yogyakarta

| No | Lembaga Penyiaran | Nama Stasiun Televisi |
|----|---|-------------------------|
| 1 | Lembaga Penyiaran Publik TVRI | TVRI Stasiun Yogyakarta |
| 2 | PT. Yogyakarta Televisi | JOGJA TV |
| 3 | PT. Reksa Birama Media | RBTV |
| 4 | PT. Arah Dunia Televisi | ADI TV |
| 5 | PT. Mega Adi Citra Yogyakarta | KRESNA TV |
| 6 | PT. Jogja Citra Nuansa Nusantara Televisi | NUSA TV/RTV |
| 7 | PT. Mitra Televisi Yogyakarta | NET. TV |

(Sumber: Website KPID DIY)

Salah satu televisi lokal yang mengudara di Yogyakarta adalah RBTV (Reksa Birama Televisi). RBTV Yogyakarta adalah salah satu televisi lokal yang pertama kali hadir di Yogyakarta dan sudah mengudara sejak tahun 2004. Pada awalnya RBTV berada di bawah kerja sama antara PT. Retjo Buntung Yogyakarta dan STMIK Amikom Yogyakarta hingga tahun 2012, selanjutnya RBTV menjadi di bawah naungan Kompas TV dan sejak itu nama RBTV yang berasal dari “Retjo Buntung” berubah menjadi “Reksa Birama”.

RBTV merupakan televisi lokal yang mampu bertahan dalam persaingan dengan televisi nasional, hal tersebut disebabkan oleh kerja sama berjejaring yang terjadi dengan Kompas TV. Selain mengadakan kerja sama berjejaring dengan Kompas TV terdapat upaya yang dapat dibangun oleh RBTV untuk menjaga ekistensinya melalui strategi manajemen berupa segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang dikemas melalui konten program yang disiarkan dan disesuaikan dengan jangkauan siar daerahnya yaitu Yogyakarta dan Jawa Tengah.

TalkCation adalah salah satu program *talkshow* yang memiliki tujuan untuk mengedukasi namun juga menghibur dan menghadirkan narasumber yang kreatif, inovatif, dan berkompeten di bidangnya yang ditayangkan di RBTV setiap hari Rabu pukul 09,30 WIB. *TalkCation* adalah program hasil kerjasama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta dengan pihak RBTV. Program ini dikerjakan sepenuhnya oleh mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi dengan tujuan untuk memenuhi program Kuliah Kerja Komunikasi (K3). Program ini sudah mengudara sejak awal tahun 2020, pada awalnya program ini dibentuk untuk memberikan wadah bagi para mahasiswa yang ingin mencari tempat program K3 atau magang di masa-masa pandemi. Seiring berjalannya program ini dengan berbagai respon baik dari pihak internal kampus seperti Rektor Universitas Amikom Yogyakarta, Prof. Suyanto yang sejak awal memang berkeinginan untuk memiliki program dimana mahasiswa mampu menerapkan ilmu yang sudah dipelajarinya secara langsung. Pada tahun 2020 program ini dikerjakan oleh dua tim dari mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yaitu Waiki Production dan Mandala Production. Pada tahun 2021 program ini dikerjakan oleh mahasiswa angkatan 2018 yaitu Sengkuyung Pictures, beberapa hal yang membedakan antara *TalkCation* 2020 dan 2021 adalah pada segi narasumbernya. Pada *TalkCation* 2020 narasumber yang dihadirkan mayoritas berasal dari pihak internal kampus sedangkan pada *TalkCation* 2021 mayoritas narasumber yang dihadirkan berasal dari pihak eksternal kampus namun masih di lingkup Yogyakarta.

Selain itu program *TalkCation* 2021 ini juga bekerja sama dengan salah satu program Kemdikbud yaitu Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Dilansir dari website resmi Kemdikbud, Kampus Merdeka adalah program yang memiliki tujuan untuk melatih kemampuan yang sudah dipelajari oleh mahasiswa dengan terjun langsung di dunia kerja dengan tujuan mempersiapkan karir masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Hadirnya televisi lokal diharapkan mampu memberikan tayangan-tayangan yang memiliki muatan kedaerahan yang artinya setiap program yang diproduksi oleh televisi lokal tersebut harus mengandung unsur-unsur budaya setempat agar mampu memberikan manfaat kepada masyarakat. Namun kemasan dari program yang ditayangkan perlu diperhatikan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima baik oleh masyarakat dan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk tertarik pada konten-konten yang disiarkan oleh televisi lokal sehingga berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut "Bagaimana peran televisi lokal (RBTv) dalam melestarikan kearifan lokal (Yogyakarta) melalui konten yang ditayangkan (program *TalkCation*)?"

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peran televisi lokal (RBTv) dalam melestarikan kearifan lokal (Yogyakarta) melalui konten yang ditayangkan (program *TalkCation*).

1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi televisi lokal guna menjaga eksistensinya melalui strategi manajemen yang tepat. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan bagi semua pihak yang melakukan penelitian yang serupa.

b) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi televisi lokal yang memiliki masalah dalam manajemennya yang berdampak pada eksistensi dari televisi lokal tersebut dan diharapkan

mampu mengaplikasikan hasil penelitian ini sehingga tetap mampu memaksimalkan upaya pelestarian kearifan lokal budaya setempat.

1.5 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Studi kasus merupakan penelitian yang berfokus pada fenomena atau peristiwa yang ada. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang pada dasarnya mengumpulkan data deskriptif dan menggunakan cara yang cenderung analisis, dengan demikian data yang dikumpulkan merupakan kata-kata. Penelitian ini menggunakan landasan teori sebagai *guide* dalam mengumpulkan fakta yang ada di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian kualitatif juga berfokus pada proses dan persepsi, dengan penelitian ini diharapkan dapat menemukan deskripsi-deskripsi yang bersifat kualitatif namun penelitian ini tidak menolak segala bentuk analisis yang bersifat kuantitatif seperti data-data yang berbentuk angka atau jumlah. (Muhadjir, 1996)

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif. Metode kualitatif cenderung dihubungkan dengan paradigma interpretatif, metode ini memusatkan pada penyelidikan terhadap bagaimana cara manusia dalam memaknai kehidupan sosial mereka dan bagaimana manusia mengekspresikan pemahaman melalui bahasa, suara, perumpamaan, gaya pribadi, maupun ritual sosial Kasali (2008). Para peneliti yang menggunakan paradigma interpretatif menyadari bahwa jika ingin memahami hubungan masyarakat dengan komunikasi maka harus aktif ikut terlibat didalamnya sebelum menafsirkan atau menginterpretasikan praktik tersebut, keterlibatan di lapangan memungkinkan peneliti mengonsepan kenyataan dari sudut pandang orang-orang yang terlibat di dalamnya

Pada penelitian ini peneliti melakukan proses pengumpulan data dengan observasi. Observasi yang dilakukan adalah dengan terjun langsung ke

lapangan dan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang (Rahardjo, 2011). Dalam proses observasi ini, peneliti terlibat langsung sebagai divisi Tim Kreatif program *TalkCation* RBTv sehingga peneliti dapat mengamati proses kreatif dalam rangkaian produksi konten yang dimuat dalam program *TalkCation* ini.

Selain observasi peneliti juga melakukan wawancara kepada informan yang terlibat dalam proses produksi program *TalkCation* sebagai bentuk penguat data hasil penelitian. Peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa informan antara lain, Sunar Handari, S.Pd sebagai Supervisor Produser Program RBTv, Bagas Dian Irfano, S.I.Kom sebagai Produser Pelaksana program *TalkCation*, dan Risa Miftahul Jannah, S.I.Kom sebagai salah satu divisi Tim Kreatif.

Penelitian ini juga didukung oleh data yang diperoleh dari berbagai literatur baik dokumentasi RBTv maupun artikel-artikel yang terkait dengan penelitian ini. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai data yang berkaitan dengan televisi lokal, kearifan lokal, RBTv, dan program *TalkCation* khususnya pada 3 episode yang bertema seni dan budaya. Terakhir peneliti akan menarik kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis di bab sebelumnya.