

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi sampai saat ini masih menjadi salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai media massa yang mampu menjangkau masyarakat secara luas, televisi bertanggung jawab untuk memberikan siaran yang informatif, edukatif, inspiratif, menghibur, dan mengamalkan nilai budaya. Siaran televisi tidak hanya bermuatan mengenai siaran-siaran secara nasional dan internasional saja. Penayangan dengan muatan siaran lokal juga diwajibkan guna dapat menjadi wadah dalam menjaga kearifan lokal daerah tersebut terutama pada stasiun televisi berjangkauan. Program siaran lokal merupakan program dengan muatan lokal yang meliputi jurnalistik, siaran faktual, dan siaran non faktual yang bertujuan untuk mengembangkan potensi daerah setempat yang diproduksi langsung oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat. Sebagaimana yang terdapat pada *Standar Program Siaran (SPS) Pasal 6 ayat 1* bahwa "Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjangkauan per hari".

Tidak hanya televisi nasional ataupun swasta yang ada di Jakarta saja yang harus memberikan isi siaran lokal yang bermanfaat dan bertanggung jawab sesuai Standar Program Siaran yang berlaku. Akan tetapi, televisi lokal di daerah-daerah juga harus memberikan siaran yang bermanfaat dan mampu menjadi wadah dalam melestarikan kearifan lokal daerah tersebut. Reksa Birama Televisi (RBTv) merupakan salah satu televisi lokal yang ada di Yogyakarta. RBTv saat ini memiliki studio siaran di Jalan Ring Road Utara Condong Catur Sleman Yogyakarta, tepatnya di Gedung unit 1 lantai 3 Universitas Amikom

Yogyakarta. Stasiun televisi ini sudah mengudara sejak 2004 dan masih menjaga eksistensinya sampai saat ini. Pada tahun 2011 RBTV berafiliasi dengan Kompas TV. Sehingga saat ini RBTV memiliki waktu siaran mulai dari pukul 04:30 – 07:00 Waktu Indonesia Barat (WIB) kemudian dilanjutkan pada pukul 09:00 – 11:00 WIB. Akan tetapi, semenjak terjadinya pandemi *Corona Virus Disease 19* (Covid 19) siaran RBTV dimulai sejak pukul 06:00 WIB.

Visi dari RBTV adalah membangun industri televisi sebagai media hiburan, pendidikan dan informasi yang profesional dengan membangun citra sebagai televisi yang dikelola dan didedikasikan kepada keluarga harmonis, dinamis, bermoral beragama yang dibentuk dengan pendekatan sosial, filosofi, adat dan budaya masyarakat Ngayogyakarta Hadiningrat sehingga media ini disegani oleh sebagian besar masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Dalam mengimplementasikan hal tersebut, RBTV tentunya harus memberikan program siaran sesuai visi dan misi yang ada. Salah satu program yang dimiliki RBTV adalah program acara *talkshow*. “*Talkshow* adalah acara program interaktif, atau dialog di mana *broadcasting* televisi menghadirkan seorang tokoh masyarakat, dibidang politik, kesehatan, ekonomi, psikologi yang berkaitan dengan tema acara yang disajikan pada *talk show* tersebut” (Arifin, 2010, p. 64). Salah satu program *talkshow* RBTV adalah *talkshow education (TalkCation)*. *TalkCation* merupakan program hasil kerjasama dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan RBTV.

MBKM sendiri merupakan program dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Tujuan dari program MBKM ini untuk mengembangkan potensi yang dimiliki mahasiswa yang nantinya diharapkan lebih matang untuk terjun ke dunia kerja. Direktur Pembelajaran dan Kemahasiswaan mengatakan bahwa “Pembelajaran dalam Kampus Merdeka memberikan tantangan dan kesempatan untuk pengembangan kreativitas, kapasitas, kepribadian, dan kebutuhan mahasiswa, serta mengembangkan

kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan melalui kenyataan dan dinamika lapangan seperti persyaratan kemampuan, permasalahan riil, interaksi sosial, kolaborasi, manajemen diri, tuntutan kinerja, target dan pencapaiannya” (Aris Junaidi, 2020). Program ini memberikan kesempatan untuk mahasiswa dalam melakukan aktivitas diluar kampus dengan menekankan pada praktik di lapangan dengan mitra dari kampus maupun instansi terkait selama satu sampai dua semester.

Universitas Amikom Yogyakarta merupakan salah satu Universitas yang memberikan kesempatan bagi mahasiswanya untuk bereksplorasi dengan mengikuti program MBKM. Salah satu programnya yaitu, Magang Merdeka yang berkeja sama dengan RBTV dan Jurusan Ilmu Komunikasi. Program ini mewadahi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang memiliki *passion* ataupun ingin mengembangkan minatnya pada bidang multimedia sekaligus menjadi tempat magang untuk mahasiswa. Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya bahwa *project* kerjasama ini memproduksi program *talkshow* yang bernama *TalkCation*. *TalkCation* menjadi program pertama yang diproduksi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang langsung ditayangkan di televisi yaitu RBTV. *TalkCation* ditayangkan di RBTV setiap hari Rabu pukul 09:30 – 10:00 WIB.

Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Eksekutif Produser Program *TalkCation* mengatakan bahwa program *TalkCation* dibentuk selain memiliki tujuan mewadahi mahasiswa magang tetapi juga untuk memberikan tayangan edukatif kepada masyarakat. “Kalau program *TalkCation* sendiri awalnya kan memang untuk program magang ya tetapi, jika ditarik mundur sebetulnya ada inisiasi kenapa programnya dibuat dalam format *TalkCation talkshow* dan juga ada *educationnya*. Karena memang tujuannya adalah kita untuk membuat program yang secara konten dan isinya itu bisa mengedukasi masyarakat” (Agusta, 2021). Terlebih seperti kondisi pandemi saat ini yang membuat

masyarakat lebih sering di rumah dan melakukan pekerjaan secara *online* menjadikan peluang bagi *TalkCation* untuk memberikan tontonan yang menghibur sekaligus mengedukasi. Pandemi dan adanya himbuan masyarakat untuk tetap di rumah berhasil meningkatkan penonton televisi seperti yang dikatakan oleh *Nielsen* pada CNN Indonesia (Makki, 2020) lonjakan durasi menonton televisi dari rata-rata di atas 4 jam 48 menit pada 11 Maret menjadi 5 jam 29 menit pada 18 Maret. Dilihat dari rata-rata rating 11,2 % pada 11 Maret menjadi 13,7 % pada 18 Maret, sehingga dikatakan bahwa jumlah penonton semakin meningkat.

TalkCation sebelumnya telah diproduksi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 pada tahun 2020. Setelah itu, pada tahun 2021 program ini diteruskan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang menamakan tim produksinya *Sengkuyung Pictures*. *TalkCation* dikemas secara *fresh*, variatif yang dipandu oleh seorang *host* dengan pembawaan yang semi formal. Pada pembuatan program siaran televisi tidak hanya segi teknis dalam pengambilan gambar saja yang menjadi fokus utama. Akan tetapi, tentang bagaimana proses pemasaran atau pendistribusian program tersebut kepada audiens dapat terlaksana dengan baik.

Menurut Kotler dan Amstrond dalam (Alvian, Suharyono, & Mawardi, 2016, hal. 2) pemasaran merupakan metode yang di rumuskan oleh perusahaan untuk dapat menciptakan nilai dan mendapatkan penghargaan dari nilai tersebut. Pengetahuan mengenai program dan pemasaran mutlak diperlukan untuk menunjang hasil dari program yang diproduksi. Pemasaran menjadi salah satu elemen penting untuk dilakukan dengan baik dan benar supaya dapat terdistribusi dengan jelas sesuai segmentasi yang telah ditentukan. Akan tetapi, beberapa faktor yang berperan langsung dengan pemasaran harus dipersiapkan secara maksimal. Sebab, masih terdapat kurang optimalnya promosi dan pembuatan

program lokal yang dipengaruhi minimnya kualitas ataupun kuantitas sumber daya manusia secara internal.

Berdasarkan jurnal yang diteliti oleh (Juditha, 2015) Tidak sedikit stasiun televisi lokal maupun nasional belum banyak mengoptimalkan promosi dan pencitraan wilayah yang memiliki potensi sosial budaya dan kearifan lokal. Hal ini juga disebabkan banyak televisi lokal yang sudah beroperasi mengalami banyak kendala internal antara lain persoalan manajemen yang menyangkut sumber daya manusia, pendanaan, infrastruktur hingga sulitnya mendapatkan iklan. Hal itu yang dapat menyebabkan tidak terdistribusikannya secara baik program siaran televisi lokal yang ada.

Menyikapi hal tersebut *Sengkuyung Pictures* harus ekstra kerja keras dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Dengan begitu, akan menjadi tantangan tersendiri bagi tim *Sengkuyung Pictures* dalam memasarkan program *TalkCation* kepada khalayak. Sebab, sumber daya manusia yang terbatas hanya dengan beranggotakan sebelas orang dan jangkauan siaran RBTv yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Wonosobo, Purworejo, Boyolali, Sragen, Temanggung, Ngawi, Magelang, dan Solo. Pada saat proses pemasaran berlangsung, hambatan atau kendala dapat terjadi sewaktu-waktu. Dengan adanya hambatan maupun kendala tentunya dapat mengganggu dalam mencapai tujuan dari strategi pemasaran yang telah dirumuskan.

Berangkat dari pokok permasalahan yang ada, peneliti memilih judul "Memahami Hambatan Proses Pemasaran *Sengkuyung Pictures* Dalam Memasarkan Program Siaran Televisi Lokal" dengan melakukan studi kasus pada program *TalkCation* di RBTv. Studi ini menganalisis mengenai strategi pemasaran dan faktor-faktor yang menghambat proses pemasaran program *TalkCation*. Judul tersebut peneliti pilih dikarenakan peneliti menjadi produser pelaksana dalam program *TalkCation*, sehingga pemahaman mengenai hambatan

proses pemasaran mutlak untuk diketahui sebagai bahan evaluasi. Selain itu, diharapkan studi ini dapat memberikan pemahaman tentang hambatan proses pemasaran program siaran televisi lokal baik secara internal atau eksternal perusahaan guna dapat mengoptimalkan aktivitas pemasaran yang akan dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Apa saja hambatan yang dialami *Sengkuyung Pictures* dalam memasarkan program *TalkCation*?

1.3 Tujuan

Berlandaskan dari rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat pemasaran yang dilakukan *Sengkuyung Pictures* dalam memasarkan program *TalkCation*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi maupun gambaran pemahaman untuk pembaca dalam menyikapi hambatan proses pemasaran pada program televisi lokal.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi evaluasi tim produksi dalam melakukan proses pemasaran program siaran televisi lokal.
- b. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan bagi pembaca dalam melaksanakan strategi pemasaran program siaran televisi lokal.

1.5 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus pada program *TalkCation* RBTV dengan pendekatan kualitatif. Studi kasus merupakan penelitian yang berfokus terhadap fenomena, maupun peristiwa yang ada. Pendekatan kualitatif deskriptif menjadi pilihan peneliti dalam menganalisis penelitian ini. Supaya data yang diperoleh peneliti dapat dijabarkan secara rinci, sistematis, mendalam, dan akurat sesuai kondisi yang terjadi di lapangan. Fokus penelitian ini yaitu mengenai hambatan proses pemasaran yang dialami oleh *Sengkuyung Pictures* terhadap program *TalkCation*.

1.5.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini nantinya dilakukan di lingkungan Universitas Amikom Yogyakarta dan RBTV yang di mana menjadi tempat produksi dari program *TalkCation*. Jika situasi dan kondisi tidak memungkinkan akibat pembatasan mobilitas dikarenakan pandemi Covid-19, peneliti akan melakukan wawancara melalui *online* dengan *google form* atau *video conference* yang ada. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 5 bulan mulai dari Juli – November 2021 sesuai dengan aktivitas pemasaran program *TalkCation* hingga analisis data yang diperoleh peneliti.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, proses pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu dengan melakukan observasi. Observasi yaitu “teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan” (Mamik, 2015, p. 104). Observasi yang peneliti lakukan dengan cara mengamati proses-proses pemasaran program *TalkCation* mulai dari perencanaan hingga pendistribusian program ke khalayak. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada informan-informan yang memiliki peran dalam terlaksananya

proses pemasaran program *TalkCation* itu sendiri sebagai bentuk untuk memperkuat data hasil penelitian.

1.5.3 Informan Penelitian

Target dari peneliti dalam mencari informasi maupun data nantinya akan berfokus kepada tim *Sengkuyung Pictures* yaitu Yuni Anjarwati selaku Hubungan Masyarakat (Humas) dan *Media Planner* yang akan membahas mengenai aktivitas Humas, pemasaran dan *media planning* dari *TalkCation*. Selain itu juga Muhammad Taufiqurrahmana selaku *Media Planner* yang akan membahas mengenai aktivitas pemasaran dan *media planning* *TalkCation*.

