

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Media massa merupakan sebuah alat dalam proses penyampaian informasi kepada khalayak, karena media massa mampu menjangkau khalayak yang lebih luas, relatif lebih banyak, heterogen, dan pesannya bersifat satu arah. Kegiatan jurnalistik sangat berhubungan erat dengan media massa. Suryawati (2011: 15) menjelaskan, jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan berita kepada khalayak yang seluas – luasnya. Karena, media massa adalah alat yang digunakan untuk penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2011 :128). Bungin (2006: 7) menambahkan, media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal.

Salah satu media massa yang masih di minati oleh masyarakat adalah televisi. Televisi adalah media yang mampu menyajikan pesan dalam bentuk suara, gerak, pandangan dan warna secara bersamaan, sehingga mampu menstimuli indera pendengaran dan pengelihatannya. Suhandang (2005: 89), mengartikan bahwa televisi merupakan media yang paling banyak menarik perhatian komunikasi karena kelebihanannya yang mampu menyatukan unsur suara (audio) dan gambar (visual) sekaligus. Televisi memiliki keuntungan atas pesannya yang bisa dilihat serta didengar dalam waktu yang bersamaan yang disiarkan oleh gelombang elektromagnetik.

Berbicara mengenai tentang perkembangan televisi di Indonesia, Televisi Indonesia adalah sebuah stasiun televisi yang dapat dinikmati di negara Indonesia. Kini televisi Indonesia berjumlah 15 televisi diantaranya 1 televisi pemerintah dan

14 televisi swasta. Siaran resmi televisi di Indonesia dimulai pada 24 Agustus 1962, oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang menayangkan secara langsung pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gora Bung Karno. Pada awalnya rakyat Indonesia hanya dapat menikmati satu televisi saja yaitu TVRI, sekitar pada tahun 1989, stasiun televisi Rajawali Citra Televisi (RCTI) diluncurkan, lalu pada tahun 1990-1991 stasiun televisi Surya Citra Televisi (SCTV) dan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) diluncurkan, tahun 1993 ada stasiun televisi ANTV.

Di era tahun 2000-an bermunculan stasiun televisi lainnya seperti, GLOBAL TV, INDOSIAR, METRO TV, TV ONE, TRANS TV, TRANS 7, NET, RTV, KOMPAS TV. Selain saluran televisi nasional dan swasta di atas, banyak juga bermunculan stasiun televisi lokal, yang merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Contohnya, JAK TV, BANTEN TV berubah nama menjadi INTV, ELSHINTA TV, DAAI TV, BALI TV.

Fungsi siaran televisi yaitu, menginformasikan (*information*), menghibur (*entertainment*), mendidik (*education*), serta sebagai ruang kontrol masyarakat (*social control*) (Mabruri, 2013: 13). Televisi memiliki kelebihan yaitu, dapat meraih massa lebih banyak dibandingkan dengan media cetak yang hanya mampu menjangkau massa yang berpendidikan. Bagi mereka yang tidak dapat membaca atau menulis, televisi dapat lebih menguntungkan karena dapat mudah di serap informasi yang disampaikannya, dengan adanya gambar dan suara (*audiovisual*) (Baksin, 2009 :87).

Membahas mengenai jangkauan siaran dari stasiun televisi di Indonesia, dibagi dalam tiga kategori yaitu, stasiun penyiaran nasional, stasiun penyiaran jaringan, dan stasiun penyiaran lokal. Stasiun penyiaran nasional, adalah yang menyiarkan program acaranya ke sebagian besar wilayah negara dari hanya satu stasiun penyiaran saja. Lalu stasiun penyiaran jaringan, merupakan stasiun yang menyediakan program, tidak memiliki wilayah siaran sehingga harus bekerja sama dengan stasiun yang memiliki wilayah siaran. Sedangkan stasiun televisi lokal, hanya mencakup wilayah siaran yang kecil seperti, satu wilayah kota atau

kabupaten. Dalam Undang-undang tentang penyiaran nomor 32 tahun 2002 menyatakan bahwa, stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah Republik Indonesia dengan jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut.

Stasiun televisi tentu, menyajikan berbagai jenis program acara yang dapat menarik minat serta perhatian bagi para penontonnya. Tidak hanya itu saja, jika sebuah program acara semakin banyak digemari oleh masyarakat, tentu dapat menjadi sebuah persaingan antar stasiun televisi, untuk memberikan program acara yang terbaik. Oleh karena itu, berbagai stasiun televisi berlomba-lomba untuk memberikan berbagai program acara semenarik mungkin. Ada dua jenis program acara yaitu, program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*). Dalam menyajikan program acara, tidak jauh dari pengambilan gambar pada proses *shooting*, mencari narasumber yang sesuai dengan tema, membuat suatu wawancara yang dapat memancing penonton pada keingintahuan, mencari ide untuk tema atau topik yang akan diangkat dalam pembahasan dalam suatu acara, dan menyajikan hasil akhir dari proses produksi tersebut di layar televisi dengan acara yang dapat menarik perhatian masyarakat.

Fenomena yang terjadi adalah banyaknya program acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi, stasiun televisi swasta maupun stasiun televisi lokal, banyak masyarakat yang masih belum tahu maupun tahu, apa saja yang sudah ditayangkannya tersebut. Kesadaran sebuah merek akan nama suatu program acara televisi cukup sulit untuk dibangun ketika stasiun televisi tersebut, tidak cukup dikenal oleh masyarakat. Stasiun televisi swasta memang terkenal dengan program-program acaranya yang menarik dengan kualitas proses produksi yang baik, stasiun televisi lokal tentu juga akan bersaing keras agar program acaranya tetap dapat diminati oleh para penonton yang menyaksikannya.

Brand awareness (kesadaran merek) adalah menumbuhkan kesadaran keberadaan sebuah produk atau jasa baru (Soemanagara, 2012: 106). Pada konteks ini, terkait halnya dengan sebuah program acara pada stasiun televisi. Kesadaran tersebut, bagaimana seorang penonton televisi, dapat mengetahui atau tidaknya, dapat mengenal atau mengingat suatu tayangan dari program acara televisi.

Dalam merencanakan dan membuat program acara merupakan keputusan bersama antar departemen program dan departemen pemasaran, keduanya harus dapat bekerjasama dengan baik agar dapat menciptakan strategi program yang terbaik.

Ketika berbicara mengenai program acara, khususnya stasiun televisi, tentu mempunyai target dalam penayangannya. Target tersebut salah satunya adalah bagaimana suatu program acara dapat diketahui, dikenal dan diingat oleh masyarakat luas. Berkaitan dengan hal tersebut, sebelum melakukan penayangan program acara tentu melewati tahapan dari proses produksi. Target program acara tersebut adalah agar dapat diketahui, dikenal dan diingat. Dalam melakukan target tersebut, dibutuhkan konsep *brand awareness* sebagai penunjang keberhasilan program acara televisi tersebut.

Sebelum program acara tayang di televisi, tayangan tersebut tentunya melewati tahapan dalam proses produksi terlebih dahulu. Proses produksi dibagi kedalam tiga tahapan yaitu, pra produksi, lalu produksi, hingga pasca produksi.

Pada bagian pra produksi, dapat melakukan seperti halnya rapat proyeksi, yaitu mengeluarkan ide tau pemikiran, perencanaan dan persiapan, mengenai tema atau topik yang akan menjadi isi serta bahan dalam penayangan sebuah program acara. Lalu melakukan produksi, yang dimana melaksanakan apa yang sudah ditentukan pada tahap pra produksi. Terakhir adalah pasca produksi, setelah selesai melakukan tahap produksi, adanya melakukan evaluasi pada penayangan program, sebelum memasuki ruangan *editor*, jika memang sudah siap untuk di tayangkan, program acara tersebut akan tayang di stasiun televisi.

Setelah diuraikan mengenai stasiun televisi, *brand awareness* (kesadaran merek), penjelasan proses produksi, hingga program acara, dalam penelitian ini, penulis meneliti salah satu televisi lokal di Indonesia, yang terletak di kawasan Ibu Kota Jakarta, yaitu stasiun televisi JAK TV.

Stasiun televisi JAK TV merupakan stasiun televisi swasta lokal, yang menyajikan program berita dan program acara yang lebih spesifik dan informatif mengenai masalah lokal di Ibu Kota DKI Jakarta. Perbedaan stasiun televisi JAK TV dengan stasiun televisi lainnya, keberadaan lembaga-lembaga penyiaran di Jakarta saat ini kurang terkonsentrasinya dalam memberikan informasi yang spesifik bagi masyarakat Jakarta. Dengan mempertimbangan kondisi ini, didirikanlah stasiun televisi JAK TV.

Penulis memilih stasiun televisi JAK TV sebagai tempat penelitian karena stasiun televisi JAK TV merupakan stasiun televisi lokal, yang juga memiliki beberapa program acara, tetapi belum tentu semua masyarakat lokal Jakarta mengetahui, mengenal ataupun mengingat apa saja program acara yang disiarkan oleh stasiun televisi JAK TV tersebut. Maka dari itu, penulis memilih stasiun televisi JAK TV untuk menjadi tempat pada penelitian ini.

Berbagai stasiun televisi tentu memiliki program acaranya masing-masing, salah satunya stasiun televisi JAK TV pun juga menyajikan berbagai program acara yang menarik. Program acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi JAK TV, tidak jauh dari ruang lingkungannya, yaitu masyarakat Jakarta, mungkin saja masyarakat, mengetahui stasiun televisi JAK TV, tetapi tidak banyak yang mengetahui program acaranya.

Salah satu program acara yang dibawah naungan stasiun televisi JAK TV tersebut, adalah program acara *UPDATE*. Program acara *UPDATE*, memulai siaran perdananya di JAK TV pada tanggal 19 September 2015, dimulai pada pukul 21:30 WIB, setiap hari Sabtu, dengan durasi 30 menit. Jika dilihat dari jenisnya, program acara *UPDATE* termasuk ke dalam program acara hiburan.

Program acara *UPDATE* adalah sebuah sajian informasi yang menarik, diisi dengan peliputan dari berbagai kegiatan acara atau *event* yang bertujuan untuk memberitahukan kepada penonton, apa saja kegiatan acara atau *event* yang sedang diselenggarakan di daerah Jakarta, dan sekitarnya, seperti Bekasi, Tangerang, Depok, hingga Bogor.

Kegiatan acara atau *event*, yang digunakan sebagai isi dari program acara *UPDATE* adalah sebuah rekomendasi tempat hiburan dan lokasi tempat untuk makan. Ada pula informasi mengenai otomotif, *launching film* dan musik, *fashion*, serta kegiatan dari berbagai komunitas-komunitas, seperti komunitas bersepeda.

Tidak hanya menyajikan sebuah peliputan, program acara *UPDATE* juga menambahkan hasil wawancara dari narasumber-narasumber yang bersangkutan sebagai bahan pendukung untuk mengulas dari tema yang sedang dibahas.

Kegiatan dalam proses jurnalistik berkaitan dengan program acara *UPDATE*, dan berkaitan pula dengan proses produksi program acara tersebut. Kegiatan dalam mengumpulkan isi yang akan di tayangkan, lalu mengolah, dan menyebarkan kepada khalayak seluas-luasnya, dalam hal ini seluas-luasnya berkaitan dengan daerah penyiaran stasiun televisi JAK TV adalah lokal, mencakup wilayah DKI Jakarta, Bogor, Bekasi, Depok dan Tangerang.

Alasan penulis meneliti program acara *UPDATE* adalah, program acara *UPDATE* disiarkan oleh stasiun televisi lokal, yang masih banyak belum diketahui ataupun dikenal oleh masyarakat, khususnya masyarakat lokal Jakarta, apa itu program acara *UPDATE* dan seperti apa tayangannya tersebut. Pada dasarnya program acara *UPDATE* ini menayangkan kegiatan acara atau *event* yang berada di Jakarta.

Dengan kata lain, dalam memproduksi penayangan program acara tersebut, harus memiliki strategi pada pemilihan ide atau tema, penyusunan naskah dan *rundown*, pemilihan peliputan, konsep peliputan, hingga konsep *editing* yang di gunakan, agar audien atau penonton tertarik dengan program acara yang disajikan. Maka dari itu, penulis meneliti mengenai bagaimana proses produksi program acara *UPDATE* agar dapat diketahui, dikenal dan dapat pula diminati oleh masyarakat luas, dengan menggunakan *brand awareness* sebagai konsep dari penelitian ini.

Alasan penggunaan *brand awareness* sebagai konsep dari penelitian ini adalah, program acara *UPDATE* tayang di stasiun televisi JAK TV, kurang

lebihnya baru satu tahun jangka penayangannya. Program acara yang masih terbilang baru ini, banyak masyarakat yang belum mengetahui program acara ini seperti apa. Segementasi untuk program acara ini, terbilang untuk masyarakat lokal Jakarta dan sekitarnya seperti Depok, Bekasi, Bogor ataupun Tangerang. Pada sesi jam penayangannya pun di tayangkan pada malam hari pukul 21:30 WIB, pada hari Sabtu, tentu pada pukul ini tayangan televisi lain, seperti halnya yang diketahui, Global TV dan Trans TV menayangkan *Cinema*, sedangkan RCTI dan SCTV menayangkan sinetron keluarga.

Dengan demikian, dalam melakukan proses produksi program acara membutuhkan suatu cara agar program acara tersebut dapat diketahui, dikenal serta diminati.

Adapun beberapa hasil dari penelitian yang serupa terkait dengan penelitian yang akan penulis teliti, yang bersumber dari Jurnal Penelitian. Seperti yang di teliti oleh, Patricia Robin (2014) dengan penelitian metode kualitatif dan judul penelitiannya adalah Analisis Produksi Program Fashion “ILOOK” Di NET TV. Menjelaskan mengenai bagaimana strategi produksi program acara televisi, dapat membuat penontonnya tertarik dengan program yang ditayangkannya, dan lebih menekankan pada analisis terhadap proses produksi. Lalu penelitian oleh Andi Fachrudi (2014) dengan penelitian metode kualitatif dan judul penelitiannya adalah, Strategi Program Tayangan *Infotainment* Di RCTI, penelitian yang di teliti tersebut berkaitan dengan bagaimana agar penonton tetap setia dan tertarik pada program acaranya, penelitian yang digunakan juga dengan melakukan tahapan proses produksi.

Berdasarkan uraian dari beberapa hasil penelitian diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan terkait dengan penelitian yang sedang penulis teliti, yakni adanya kesamaan terhadap metodologi penelitian yaitu metode penelitian kualitatif, lalu juga pada fokus penelitian, yaitu sama-sama meneliti mengenai produksi program acara, menjelaskan tahap-tahap dari proses produksi program acara tersebut, sehingga program acara dapat diminati oleh penonton. Selain adanya kesamaan, tentu ada perbedaannya, yakni pada pengambilan judul program acara. Peneliti membahas mengenai tayangan peliputan suatu *event* atau acara,

sedangkan pada penelitian oleh Patricia Robin, membahas mengenai *fashion*, dan Andi Fachrudi membahas mengenai tayangan *Infotainment*, yang tidak hanya dapat menarik minat penonton, tetapi menjelaskan bagaimana agar penonton tetap setia menonton tayangan *Infotainment* tersebut.

Untuk menumbuhkan suatu kesadaran dalam sebuah merek (*brand awareness*), sangat penting sebagai penunjang keberhasilan dalam suatu merek, berkaitan dengan itu, merek disini adalah nama dari program acara televisi tersebut yaitu program acara *UPDATE*.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis memilih judul penelitian skripsi, yaitu,

“Proses Produksi Program Acara *UPDATE* di JAK TV Dalam Menumbuhkan *Brand Awareness*”

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Bagaimana proses produksi program acara *UPDATE* di JAK TV dalam menumbuhkan *brand awareness*?”

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui, bagaimana proses produksi program acara *UPDATE* di JAK TV dalam menumbuhkan *brand awareness*.

I.4 Manfaat Penelitian

Dengan tujuan yang diuraikan diatas, maka manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Akademis

Dapat mengetahui dan menambah pengetahuan mengenai ilmu Jurnalistik, dan dapat menjadi bahan informasi untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi masukan bagi pihak stasiun televisi JAK TV, khususnya pada program acara *UPDATE*, sehingga dapat meningkatkan kualitas pada program acara yang di tayangkannya dan dapat diminati penontonnya, terutama pada program acara *UPDATE*.

I.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan penelitian skripsi ini secara lebih jelas dan teratur menjadi sistematis, sehingga penulis membagi laporan ini menjadi 5 BAB, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan Latar Belakang, Tujuan, Manfaat, serta Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini akan menguraikan kajian-kajian teori dan konsep dari berbagai buku serta refrensi lainnya serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang metodologi, antara lain: metode penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, analisis data, waktu dan lokasi penelitian

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisikan mengenai sejarah singkat stasiun televisi JAK TV, visi dan misi stasiun televisi JAK TV, program acara stasiun televisi JAK TV, logo stasiun televisi JAK TV dan gambaran umum uraian program acara *UPDATE*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan pada keseluruhan masalah penelitian yang penulis teliti, serta saran pada penelitian. Serta berisikan jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

