BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Salah satu institusi tertua di Indonesia yang berkecimpung dalam bidang penyiaran dan publikasi adalah Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI). LPP TVRI sudah berdiri sejak 24 Agustus 1962 yang berarti pada tahun 2019 ini LPP TVRI akan berusia 57 tahun, angka tersebut dapat menggambarkan seberapa banyak pengalaman yang telah perusahaan tersebut dapatkan. Dengan pengalaman sebanyak itu, seharusnya LPP TVRI menjadi lembaga penyiaran yang paling kompeten dan dapat menarik atensi penonton di seluruh penjuru Indonesia.

Gambar 1.1 Logo ulang tahun LPP TVRI ke- 56

Sumber: Tritter LPP TVRI

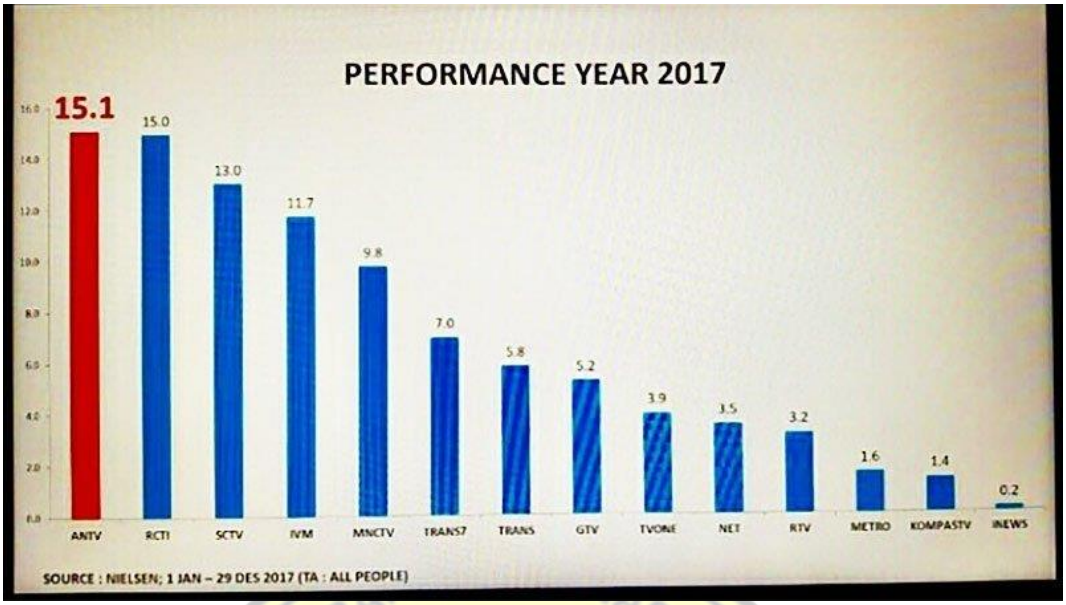
Berbeda dengan fakta yang ada, LPP TVRI saat ini dianggap televisi yang seadanya, kuno, tidak menarik, dan kesan-kesan buruk lainnya. Hal tersebut menimbulkan kejanggalan di benak banyak orang termasuk peneliti, karena hasil dari pengalaman dalam beroperasi selama lebih dari setengah abad seolah tidak berguna bagi kinerja LPP TVRI sekarang. Televisi milik negara seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik untuk menjadi media informasi antara pemerintah dan rakyat, sehingga dapat membantu dalam pengintegrasian informasi di Indonesia. Integritas informasi yang baik dengan bantuan LPP TVRI tidak akan terwujud apabila lembaga penyiaran ini tidak lebih menarik bagi masyarakat daripada televisi swasta yang menyajikan informasi demi keuntungan pihaknya sendiri, fenomena inilah yang terjadi sekarang.

Televisi merupakan salah satu media yang memiliki kekuatan sangat besar dalam mempengaruhi masyarakat. Hingga saat ini, televisi masih dianggap sebagai pusat informasi bagi sebagian besar orang di dunia, termasuk di Indonesia. Sebagai salah satu media massa, televisi memiliki potensi yang besar dalam membentuk opini publik. Oleh sebab itu LPP TVRI sebagai media penyiaran publik yang dimiliki oleh pemerintah seharusnya dapat dimanfaatkan sebaik mungkin guna membantu tugas-tugas pemerintahan serta menciptakan integritas dan penyebaran informasi yang baik bagi masyarakat Indonesia, mengingat potensi yang sangat besar terdapat pada media massa televisi dalam membangun opini publik.

LPP TVRI pernah berjaya di masa pemerintahan Orde Baru. LPP TVRI juga pernah menaikkan gengsi Indonesia saat ajang olahraga akbar Asian Games tahun 1962. Sebagai proyek yang dibangun untuk menunjukan citra Indonesia yang berwibawa dimata dunia, LPP TVRI mampu menjalankan peran itu. Selain sebagai stasiun televisi yang mengemban pesan-pesan pemerintahan, LPP TVRI juga tampil sebagai stasiun televisi yang populer di mata masyarakat. Banyak siaran impor serta menggunakan bahasa asing yang mengisi program acara di sini. Ada “Jungle Jim”, “Popeye”, “Batman”, dan sebagainya untuk mengisi program hiburan anak-anak. Untuk dewasa ada “The Untouchables”, “Bonanza”, “Mission Imposible” dan masih banyak lagi.

LPP TVRI muncul sebagai pemain tunggal di industri pertelevisian Indonesia pada masa pemerintahan Orde Baru. Masa-masa keemasan tersebut berlangsung cukup lama, hingga kemudian Presiden Soeharto memutuskan bahwa LPP TVRI tidak lagi diperbolehkan untuk menerima iklan secara komersil. Hal ini berdampak besar bagi kondisi perusahaan, dan diperburuk lagi dengan munculnya beberapa perusahaan televisi swasta yang menjadikan LPP TVRI bukan lagi sebagai pemain tunggal dalam dunia pertelevisian Indonesia. Dengan kondisi keuangan yang lebih fleksibel, ide-ide kreatif yang masih segar, serta kondisi masyarakat yang sudah jenuh dengan propaganda pemerintahan Orde Baru di LPP TVRI, maka televisi swasta menjadi primadona baru dan seiring berjalannya waktu LPP TVRI-pun bukan lagi sebuah pilihan saluran televisi untuk di nikmati.

Televisi Republik Indonesia (TVRI) identik dengan acaranya yang monoton. Sebagai stasiun televisi pertama di Indonesia, TVRI kini memiliki jumlah penonton paling sedikit di antara yang lain. Pada tahun 2017 Iskandar Achmad, Direktur Utama TVRI kala itu mengakui bahwa minat masyarakat dalam menonton televisi yang dipimpinnya sangat rendah. Berdasarkan survei AC Nielsen, rating TVRI di sebelas kota berkisar antara 1,2%-1,4%. "Memang rating TVRI rendah berdasarkan AC Nielsen," ujar Iskandar dilansir dari Akurat.co pada Rabu, 8 Februari 2017. Angka tersebut sangat kecil bila dibandingkan dengan televisi swasta lainnya. Di tahun yang sama PT Surya Cipta Media Tbk (SCMA) yang mengoperasikan stasiun televisi SCTV dan Indosiar mendapatkan pangsa penonton mencapai 30,1 persen dari Oktober ke November 2017



Gambar 1.2 Grafik *rating* Televisi sepanjang tahun 2017

Sumber: www.popmagz.com

Persaingan antara TVRI sebagai televisi milik pemerintah dengan televisi swasta di Indonesia bertambah pelik tatkala munculnya TV kabel yang kini mulai menjamur. TV kabel sendiri memungkinkan orang-orang untuk mendapatkan pilihan acara yang lebih banyak untuk ditonton, dan tak jarang pula masyarakat lebih memilih saluran televisi luar negeri. Pada tahun 2017, jumlah TV kabel berlangganan diperkirakan mencapai 7,1 juta pengguna. Data yang diambil oleh asumsi.co dari karadata.co.id pada 8 Agustus 2016 itu membutikan bahwa TVRI kini mempunyai lebih banyak saingan.

Sayangnya, tak banyak perubahan yang dilakukan TVRI, kita bisa melihat dari kualitas gambarnya yang tampak usang. Hal itu tentu punya beberapa faktor, misalnya tak adanya *color grading* yang baik saat proses *editing* gambar atau bisa jadi memang dari pihak internalnya yang tak menginginkan adanya perubahan di dalam perusahaannya. Tugas-tugas di TVRI yang lebih banyak dipegang oleh golongan orang tua juga menjadi salah satu faktor penyebab munculnya citra kuno

LPP TVRI. Apni Jaya Putra, direktur program dan berita TVRI sendiri mengungkapkan bahwa saat ini jumlah pegawai TVRI ada 4.800 orang, dan 95 persennya berusia 45 tahun ke atas. Dalam setahun, rata-rata ada 500 hingga 600 karyawan yang tinggal menghitung hari masa pensiun.

Gambar 1.3 Kualitas gambar program LPP TVRI tahun 2016

Sumber: www.youtube.com

Pada Hari Rabu tanggal 29 November 2017, presenter ternama Indonesia Helmy Yahya dilantik oleh Dewan Pengawas LPP TVRI sebagai Direktur Utama yang baru beserta beberapa jajaran tinggi lainnya untuk periode 2017 – 2022. Kali pertama datang dan melihat kondisi stasiun televisi yang berdiri sejak 1962 itu, sebagai Direktur Utama yang baru, Helmy segera menyadari bahwa sangat banyak PR alias pekerjaan rumah yang harus diselesaikan. Mulai pengelolaan keuangan, peralatan-peralatan produksi yang menua, konten acara yang perlu ditingkatkan, sampai masalah SDM yang usianya juga tak lagi muda. Helmy Yahya tak memungkiri kalau kualitas sumber daya manusia (SDM) di LPP TVRI belum maksimal. Ini terlihat dari usia mayoritas karyawan yang sudah menginjak setengah

abad, atau melebihi 50 tahun. Selain itu beberapa peralatan juga sudah usang. Ini mengakibatkan TVRI kesulitan bersaing dengan tv-tv swasta lainnya, karena selama bertahun-tahun lamanya para pegawai LPP TVRI tidak terlatih untuk bersaing. Sangat memprihatinkan, karena dulu di awal masa berdirinya, LPP TVRI merupakan primadona televisi.

Agar kejayaan LPP TVRI bisa kembali, atau setidaknya mencoba beranjak dari tidur panjangnya, Helmy Yahya pun memutar otak. Ia mencari solusi, dan tercetuslah ide membuat tagar #KamiKembali. Tagar ini juga berfungsi sebagai pembangkit semangat, sesuai slogan yang dulu sempat sangat terkenal, yakni "Tontonan yang Jadi Tuntunan", yang merupakan penerapan dari konsep *to educate, to inform, dan to entertain*. Peremajaan pun dilakukan, agar wajah TVRI semakin milenial. Tampilan layarnya mulai berubah, grafisnya berubah, dan cara menyusun pola juga berubah. Ada juga program-program untuk milenial, seperti *live music* band-band *indie* dan acara komedi Ria Djenaka Milenial. Pembawa berita atau *anchor* juga dipilih dari para pemuda, yang membuat generasi milenial kembali melirik LPP TVRI.

Gambar 1.4 Perbaikan kemasan program oleh Dirut baru LPP TVRI

Sumber : www. bisnis.tempo.co

Helmy juga berupaya untuk mendapatkan anggaran yang lebih besar untuk LPP TVRI mengingat anggaran per tahun yang ada saat ini sangat kecil bila dibandingkan dengan televisi swasta atau televisi publik di negara lain. Anggaran yang diberikan untuk LPP TVRI sebesar 830 milyar rupiah dinilai tidak cukup bila dilihat dengan kebutuhan yang ada. LPP TVRI saat ini memiliki 4800 karyawan, 378 menara pemancar, serta 29 stasiun daerah dan 1 stasiun pusat yang menjadikan LPP TVRI sebagai satu-satunya stasiun televisi di Indonesia yang memiliki jangkauan terluas. Dengan fakta tersebut anggaran yang ada sangat jauh dari cukup, bila dibandingkan dengan televisi publik di negara lain misalnya NHK milik Jepang yang memiliki anggaran pertahun sebesar 90 triliun rupiah atau BBC milik Inggris

sebesar 80 triliun rupiah dengan cakupan wilayah yang jauh lebih kecil dengan yang dimiliki oleh LPP TVRI.

Gambar 1.5 Logo TVRI Sport HD

Sumber : www.football-tribe.com

Perlahan tapi pasti TVRI mulai meninggalkan citra lawasnya sebagai televisi yang jadul, kuno, atau ketinggalan zaman. Stasiun televisi yang pertama sekaligus tertua di Indonesia ini kini telah berbenah, dengan wajah yang semakin kekinian. Penerapan awal formula racikan Helmy Yahya langsung berbuah positif. Ketika dibuka lowongan 150 tenaga honorer, yang mendaftar mencapai 21.353 orang, hal ini dijelaskan oleh Helmy sendiri saat memberikan sambutan dalam acara *halal bi halal* di LPP TVRI pada bulan Juli 2018. Jumlah yang sangat besar, dan dapat menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia tak lagi menganggap LPP TVRI sebagai stasiun televisi yang kuno. Inovasi juga meliputi pengadaan aplikasi TVRI Click, yang membuat siaran TVRI bisa diakses di manapun di seluruh dunia. Kemudian TVRI kini juga sudah memiliki empat kanal digital, yaitu nasional, lokal, pendidikan dan budaya, serta kanal 4 untuk sport yang sudah menggunakan resolusi gambar *High Definition* (HD).

Humas merupakan singkatan dari Hubungan Masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Public Relations (PR)* yang bertanggungjawab dalam membangun dan mempertahanan reputasi, citra, dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan publik. Dalam dunia bisnis, fungsi humas kerap dikaitkan dengan marketing, padahal sangat berbeda. Sebagai profesi, bidang Humas nantinya membantu mendidik, memberikan infomasi, membangkitkan ketertarikan masyarakat, merencanakan strategi untuk meraih simpati hingga membuat masyarakat mengerti dalam situasi tertentu. Seperti ketika perusahaan mendapat kasus berupa penyebaran isu tidak sedap tentang perusahaan yang mengancam citra baik perusahaan tersebut, pihak humas nantinya akan memberikan edukasi, klarifikasi dan berbagai upaya lainnya pada khalayak agar citra perusahaan tidak menjadi buruk.

Dewasa ini kebutuhan akan fungsi humas pada perusahaan sudah tidak lagi dipertanyakan, karena sudah jelas bahwa humas memiliki peran penting dalam upaya untuk mensukseskan visi dan misi lembaga atau perusahaan. Peran humas secara umum adalah sebagai communication facilitator atau penghubung komunikasi antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik atau satakeholders-nya. Selain itu humas juga berperan dalam membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan para stakeholders, sebagai *Back Up Management*, yakni pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan, pembentuk *Corporate Image*, dan lain sebagainya.

Humas sangat dibutuhkan untuk dapat membangun citra baik bagi perusahaan. Peran humas sebagai *communication facilitator* dapat berdampak besar dalam upaya membangun dan mempertahankan citra perusahaan. Bagi perusahaan-perusahaan yang sudah lama berdiri, fokus utama mereka adalah untuk memanfaatkan pengalaman yang telah banyak mereka dapatkan agar citra perusahaan dapat terus terbarukan dan berkembang seiring dengan gaya komunikasi publik pada masanya. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan tidak terkesan kuno atau hanya untuk orang-orang tua.

Dalam rangka perbaikan citra lawas yang dimiliki oleh LPP TVRI, tentu peran humas sangat dibutuhkan. Arus informasi tentang perbaikan-perbaikan atau program-program yang telah dan akan dilakukan lembaga harus terbentuk dengan baik dengan publik baik itu internal maupun eksternal. Selain itu komunikasi antara *Top Management* dengan karyawan dibawahnya juga harus terjalin dengan baik mengingat tugas berat yang akan dilakukan demi citra lembaga yang baik. Dukungan dari publik eksternal maupun *stakeholders* juga sangat dibutuhkan. Semua hal tersebut dapat terwujud dengan kinerja humas yang mumpuni.

Dengan melihat fakta yang ada tentang kondisi LPP TVRI saat ini, serta fungsi dan peran humas yang telah dipelajari, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai peran humas di LPP TVRI dalam rangka upaya perbaikan citra kuno yang melekat pada lembaga tersebut, mengingat LPP TVRI merupakan televisi publik milik Indonesia yang seharusnya dengan potensi sebesar itu menjadi televisi yang paling digandrungi oleh masyarakat.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus kepada peran humas di LPP TVRI dalam proses *rebranding* LPP TVRI.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana proses *rebranding* LPP TVRI?
2. Bagaimana peran Humas dalam proses *rebranding* LPP TVRI?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja dan bagaimana peran Humas LPP TVRI dalam rangka *rebranding* LPP TVRI.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini maka dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis bagi penulis dan pembaca. Adapun manfaatnya antara lain:

1. **Manfaat Akademis**

   Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, serta dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya bidang Hubungan Masyarakat atau *Public Relations.*

2. **Manfaat Praktis**

   Hasil dari penelitian ini peneliti harapkan dapat membantu LPP TVRI dalam mengembalikan citra LPP TVRI sebagaimana pada masa kejayaannya di Era Orde Baru.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini dituliskan dalam lima bab yang kemudian dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : SIGNIFIKANSI PENELITIAN

Bab pertama ini memaparkan mengenai latar belakang masalah penelitian yang penulis angkat, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan penelitian terdahulu, konsep penelitian, teori penelitian yang berhubungan dengan penelitian dan kerangka berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan peneliti dalam memecahkan masalah.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan uraian yang menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.