

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan media massa yang memiliki kekuatan besar untuk memberi efek terhadap masyarakat. Hingga kini, televisi masih menjadi salah satu sumber informasi dan hiburan utama bagi masyarakat. Sebagai media yang memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap pembentukan opini publik, televisi memiliki berbagai keunggulan dibandingkan media massa terdahulu.

Berbagai keunggulan televisi tidak lepas dari karakteristiknya sebagai media pandang dengar (*audio visual*). Karena sifatnya yang *audio visual*, televisi mampu menyajikan informasi yang tidak hanya berupa kata-kata yang dapat didengar, tetapi juga gambar-gambar hidup yang dapat dinikmati berjuta pasang mata. Keunggulan televisi memungkinkan informasi yang disajikan menjadi lebih lengkap dan mudah dicerna audiens. Selain itu, tontonan hiburan yang ditayangkan televisi dapat lebih dinikmati dan memanjakan penonton.

Seperti dijelaskan oleh Arifin (2011 : 191), bahwa keunggulan televisi sebagai media *audio visual* terletak pada daya persuasinya yang sangat tinggi, karena khalayak dapat melihat gambar hidup dan suara. Bahkan suara dan gambar hidup itu dapat diterima oleh khalayak pada saat sebuah peristiwa tersebut sedang terjadi, melalui liputan secara langsung.

Kelebihan lainnya yakni, televisi dapat mengatasi faktor jarak, ruang, dan waktu yang sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi massa. Televisi juga mampu menjangkau khalayak dari setiap kelompok usia, golongan, serta berbagai latar belakang (heterogen). Maka tak heran jika televisi menjadi media massa yang sangat erat dengan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan Arifin (2011 : 192), bahwa televisi juga memiliki

daya jangkau (*coverage*) yang sangat luas dalam menyebar luaskan pesan secara cepat dengan segala dampaknya dalam kehidupan individu dan masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, kegiatan menonton televisi menjadi semakin fleksibel. Jika sebelumnya masyarakat hanya dapat menonton siaran televisi di rumah menggunakan pesawat dan antena, saat ini kegiatan menonton televisi sudah bisa dilakukan di tempat-tempat umum. Tidak jarang pula saat ini televisi dipasang di kendaraan roda empat. Bahkan, siaran televisi sudah bisa dinikmati melalui *handphone*. Selain itu, menonton siaran televisi juga sudah dapat dilakukan dengan menggunakan jaringan internet.

Modernisasi teknologi yang dilakukan media televisi melahirkan fleksibilitas masyarakat untuk menonton televisi. Karenanya, wajar jika televisi mampu menyita lebih banyak waktu dan perhatian masyarakat dibandingkan media massa lainnya. Hal tersebut menjadikannya sebagai media yang sangat efektif dibandingkan media massa lainnya. Maka tak heran jika sampai saat ini televisi masih menjadi media massa paling populer di masyarakat.

Sebagaimana hasil survei *Nielsen Consumer Media View* (CMV) yang melibatkan 17.000 responden dengan usia di atas sepuluh tahun dan dilakukan di sebelas kota di Indonesia, menunjukkan penetrasi televisi masih yang tertinggi dengan angka 96%. Disusul media luar ruang (53%), internet (44%), radio (37%), koran (7%), serta tabloid dan majalah di angka 3% (Lidwina, 2017. *Online*).

Seiring perkembangan di bidang teknologi komunikasi dan informasi, televisi masih tetap menjadi media yang cukup banyak diminati khususnya di kalangan *millennials*. Sebagaimana data dari *IDN Research Institute*, bahwa televisi masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh milenial di Indonesia, yakni sebesar 89%. Lalu, *video online*, seperti YouTube dan Instagram, menempati peringkat berikutnya, dengan 46%. Sementara itu,

Milenial juga menjadikan radio (24%) dan film (8%) sebagai sumber berita dan informasi (Lidwina, 2020. *Online*).

Tingginya konsumen televisi – baik lokal mau pun nasional, – membuat bisnis pertelevisian menjadi industri yang cukup menjanjikan. Pada akhirnya, hal tersebut menyebabkan banyak pihak yang ingin mencoba peruntungan dalam industri ini. Tak heran jika pesatnya perkembangan industri televisi juga ditandai dengan semakin banyaknya stasiun televisi yang tersebar di seluruh negeri. Baik yang termasuk skala nasional maupun yang masih di ranah lokal.

Semakin banyaknya stasiun televisi di Indonesia secara otomatis akan meningkatkan persaingan. Fenomena ketatnya persaingan antarstasiun televisi, mengharuskan pemilik atau pengelola stasiun televisi untuk “memutar otak” agar tetap memperoleh banyak penonton. Capaian jumlah penonton umumnya menjadi tolok ukur kesuksesan sebuah stasiun televisi atau suatu program televisi tertentu. Banyaknya jumlah penonton tentu akan menarik banyak pengiklan, yang merupakan salah satu sumber utama pendapatan bagi sebuah stasiun televisi. Oleh sebab itu, masing-masing stasiun televisi akan menerapkan upaya untuk bertahan atau bahkan memenangkan persaingan.

Sayangnya, persaingan tersebut justru lebih diorientasikan pada keuntungan, bukan peningkatan kualitas program siaran. Umumnya stasiun televisi swasta memproduksi konten siaran dengan tujuan bisnis (profit). Hasil survey *rating* merupakan acuan pengelola stasiun televisi untuk memproduksi program acara. Semakin diminati oleh penonton, tentu semakin tinggi potensi suatu program siaran untuk menarik iklan. Secara otomatis, hal tersebut merupakan keuntungan material yang bisa didapatkan.

Sebagaimana data statistik yang diperoleh dari *Adstensity* – yang merupakan produk monitoring iklan televisi milik PT SIGI Kaca Pariwara – berdasarkan rekaman semua iklan televisi di 13 stasiun televisi nasional, yakni RCTI, SCTV, Indosiar, MNC TV, TransTV, Trans7, Global TV,

MetroTV, TVOne, ANTV, Kompas TV, NET, dan TVRI, menunjukkan bahwa pada kuartal III 2018, total belanja iklan di 13 stasiun televisi nasional mencapai Rp. 28.27 triliun atau tumbuh sebesar 7,16% dibandingkan kuartal III 2017 yang mencapai Rp. 26.38 triliun (Al Hafiz, 2018. *Online*).

Belum lagi penyajian program siaran yang terkesan monoton menjadi persoalan lain dalam pertelevisian Indonesia. Tidak jarang sebuah stasiun televisi swasta nasional menayangkan program siaran dengan konsep berlatar belakang budaya tertentu saja, khususnya program-program hiburan seperti sinetron, FTV, dan lain-lain. Hal tersebut yang kemudian juga dilakukan oleh stasiun televisi lainnya.

Sebagaimana pemaparan hasil riset yang dilakukan oleh *Centre for Innovation Policy and Governance* (CIPG), bahwa secara umum 58.7% program televisi yang memuat konteks geografis hanya terkonsentrasi di tiga provinsi saja, yaitu Jakarta (34.1%), Jawa Barat (12.8%), dan Jawa Timur (11.8%) (Nugroho, dkk., 2013 : 38, *Online*). Hal tersebut menggambarkan adanya sentralisasi, baik dalam konten program siaran maupun konten berita yang ditayangkan di televisi. Kecenderungan ini tentu bisa menimbulkan kesenjangan, menimbang populasi penonton Indonesia yang memiliki keragaman latar belakang etnis dan demografis.

Selanjutnya, Nugroho, dkk., (2013 : 46, *Online*) juga menjelaskan bahwa, dalam lingkungan multi etnis seperti Indonesia, kesempatan untuk lebih sering menampilkan keberagaman sangatlah besar. Tetapi sayangnya, yang tercermin di media Indonesia hanya mengangkat satu budaya tertentu dengan harapan dapat menjangkau seluruh populasi. Hal ini tidak hanya tercermin dalam program hiburan atau acara petualangan/wisata tetapi juga dalam program berita.

Akibat lain yang bisa ditimbulkan adalah kejenuhan khalayak dalam menonton siaran televisi yang seakan tidak punya banyak opsi program siaran televisi yang menarik untuk ditonton. Nugroho, dkk., (2013 : 6, *Online*) juga menjelaskan bahwa, terbatasnya pilihan saluran – Indonesia memang

memiliki banyak saluran tetapi secara konten pilihan yang ada tidak banyak – serta adanya kepentingan pribadi atau kelompok dapat mendistorsi informasi yang diterima.

Namun demikian, di tengah gencarnya globalisasi yang telah masuk ke dalam ranah media serta kebutuhan akan desentralisasi informasi, kehadiran media-media televisi lokal di tengah adanya persaingan televisi nasional serta media baru, membawa warna tersendiri dalam kehidupan media saat ini (Haryati, 2013. *Online*).

Selain menekan adanya sentralisasi konten program acara dan berita, harapan atas perkembangan stasiun televisi lokal juga terletak pada peranannya untuk lebih mengangkat isu-isu budaya dan kearifan lokal setempat. Sehingga dapat menanamkan nilai positif kepada masyarakat agar lebih mencintai kebudayaannya. Terbentuk atas dasar lokalitas, sebuah stasiun televisi lokal harus memiliki keunikan yang bisa menjadikannya sebuah ciri khas. Keberadaan stasiun televisi lokal juga secara tidak langsung memberikan alternatif program televisi yang menjadi opsi tontonan pemirsa televisi.

Sayangnya, semakin meningkatnya jumlah televisi lokal di berbagai daerah, nampaknya tidak diimbangi dengan perkembangan kualitas program siaran dan manajemen penyiaran. Sejumlah stasiun televisi lokal tidak dapat bertahan dalam persaingan karena kalah bersaing dengan televisi swasta nasional. Sehingga tidak jarang, beberapa stasiun televisi nasional terpaksa harus “gulung tikar.”

Media penyiaran lokal mulai mendapatkan tempat sejak gerakan reformasi mampu menggulingkan kekuasaan orde baru. Hampir semua level kehidupan mengalami imbas dari pembaharuan. Reformasi yang mengemuka dengan slogan pro-rakyat memberi hembusan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja parlemen untuk membuat Undang-Undang (UU) yang sejalan dengan kepentingan publik (pro-reformasi). Tidak terkecuali, sistem penyiaran yang dinilai *authoritarian* mulai direvisi menuju sistem penyiaran

yang demokratis pro-publik. Regulasi UU Penyiaran No. 24/1997 yang dianggap terlalu *state-oriented* diubah menjadi UU No. 32/2002 yang *public-oriented* (Surokim, 2012 : 14).

Efek daripada perubahan regulasi ini yang paling dirasakan adalah terbukanya kesempatan bagi lembaga penyiaran komunitas dan lembaga penyiaran publik untuk tumbuh berkembang. UU yang menjadi payung hukum resmi telah berdampak terhadap eksistensi lembaga penyiaran lokal, baik swasta, komunitas, dan publik ini, secara langsung membuka perizinan atas berdirinya televisi-televisi lokal daerah di Indonesia (Rinowati, 2011. *Online*). Sejak saat itu, kemunculan radio dan televisi lokal yang dikelola sendiri oleh publik setempat mulai menjamur. Seiring perkembangannya, lambat laun berbagai stasiun televisi lokal pun mulai bermunculan di berbagai daerah di Indonesia. Hal tersebut menggambarkan tingginya partisipasi masyarakat terhadap dunia penyiaran.

Radar Cirebon Televisi (RCTV) adalah saluran televisi lokal yang bermarkas di Jl. Perjuangan By Pass No. 9 Cirebon, Jawa Barat. RCTV berada di Channel 34 UHF. RCTV mengusung berbagai program daerah, informasi dan hiburan yang disajikan juga memiliki ciri khas kota Cirebon. Isu-isu kedaerahan mendominasi konten berita. Bahkan ada beberapa program yang menggunakan bahasa Cirebon yang mengidentikan bahwa RCTV merupakan televisi lokal kota Cirebon yang dapat diterima berbagai kalangan masyarakat. Namun begitu RCTV juga bukan hanya konsumsi masyarakat Cirebon, melainkan kota-kota lain, seperti Indramayu, Majalengka, Kuningan (Ciayumajakuning), dan beberapa kota di Jawa Tengah, karena daya siar RCTV dapat melewati kota-kota tersebut.

Sampai saat ini, RCTV masih bertahan dan secara konsisten melakukan siaran. Keberhasilan RCTV untuk bertahan dalam persaingan di industri televisi, tidak lepas dari manajemen yang diterapkan. Terlebih dengan status sebagai televisi lokal, eksistensi televisi-televisi swasta nasional merupakan tantangan terbesar yang dihadapi. Belum lagi biaya

operasional yang erat kaitannya dengan persaingan memperoleh iklan. Serta, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mendorong pesatnya kemajuan media baru (*new media*), menambah ketat persaingan di industri media massa.

Berbagai problematika harus bisa diatasi oleh setiap pengelola industri televisi lokal untuk dapat bertahan dalam persaingan di industri media masa. Tantangan terbesar datang dari hegemoni televisi swasta nasional dalam hal eksistensi. Oleh karena itu, para pengelola televisi lokal – termasuk RCTV – harus berupaya semaksimal mungkin untuk bisa mempertahankan eksistensinya.

Pemilihan strategi dan penerapan manajemen yang tepat tentu merupakan modal utama untuk bisa bertahan dalam persaingan. Maka, berdasarkan uraian tersebut, peneliti merumuskan penelitian ini dengan judul **“Manajemen Penyiaran RCTV Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Stasiun Televisi Lokal Cirebon.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Pada bagian ini, peneliti akan melakukan identifikasi terhadap berbagai permasalahan yang ada pada objek yang akan diteliti, sebagaimana yang telah disinggung dalam latar belakang masalah. Identifikasi masalah dalam penelitian ini di antaranya :

1. Stasiun TV lokal mengalami kesulitan dalam memperoleh sumber penunjang kehidupan media, sehingga mengalami kesulitan untuk bertahan dalam persaingan di industri pertelevisian.
2. Sejumlah stasiun TV lokal sulit berkembang – bahkan tidak mampu mempertahankan eksistensinya, – karena mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan di industri pertelevisian.

## **C. Fokus Kajian**

Fokus penelitian sangat penting dalam penelitian kualitatif. Penetapan fokus penelitian adalah sebagai pembatas studi dan bidang kajian dalam

penelitian tersebut, serta dapat menjelaskan mengenai aspek-aspek yang merupakan bagian penting untuk dibahas secara mendalam dan tuntas. Penelitian ini hanya difokuskan pada manajemen penyiaran RCTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai stasiun televisi lokal Cirebon.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana upaya yang dilakukan RCTV dalam memperoleh sumber penunjang kebutuhan media?
2. Bagaimana manajemen penyiaran RCTV dalam upaya mempertahankan eksistensi sebagai stasiun televisi swasta lokal Cirebon?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi program acara yang diterapkan dalam manajemen penyiaran RCTV.
2. Untuk mengetahui bagaimana manajemen penyiaran RCTV dalam upaya mempertahankan eksistensi sebagai stasiun televisi swasta lokal Cirebon.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini terbagi dua, yaitu :

##### **1. Kegunaan Teoritik**

- a. Sebagai sumbangsi pengetahuan, referensi, dan literatur, serta pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai manajemen penyiaran televisi lokal.
- b. Sebagai penambah wahana referensi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.



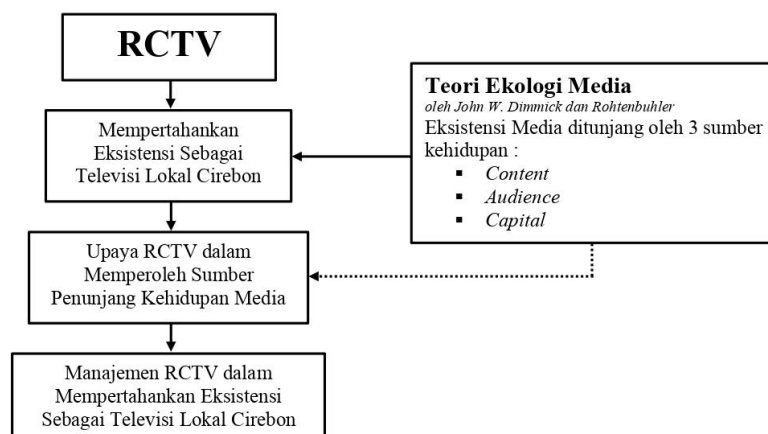
## 2. Kegunaan Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran umum bagi pelaku bisnis yang ingin terjun ke dalam industri pertelevisian lokal.
- Sebagai masukan dan dorongan bagi industri pertelevisian, khususnya televisi lokal mengenai upaya dalam mempertahankan eksistensi di masyarakat sekitar di tengah persaingan industri pertelevisian yang ketat.
- Bagi peneliti pribadi, diharapkan agar penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan peneliti, khususnya di bidang penyiaran televisi.

## G. Kerangka Konsep

Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana upaya RCTV dalam mempertahankan eksistensinya. Peneliti menggunakan teori ekologi media dari Dimmick dan Rohtenbuhler mengenai eksistensi media. Teori tersebut mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan eksistensi atau kelangsungan hidupnya sebuah media memerlukan sumber penunjang hidup, yakni *content*, *audiensce*, dan *capital*. Sehingga, untuk mengetahui bagaimana upaya RCTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal kota Cirebon, adalah dengan menganalisa bagaimana upaya RCTV dalam memperoleh sumber penunjang kehidupannya sebagai media massa, sebagaimana yang dijelaskan oleh Dimmick dan Rothenbuhler. Lebih jelasnya, berikut ini kerangka pemikiran yang menjadi konsep dasar penelitian ini :

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Konsep Penelitian**



## H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah studi mengenai metode-metode ilmiah yang digunakan dalam penelitian (Widodo, 2018 : 66). Pada penelitian ini, metode ilmiah tersebut meliputi :

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif, karena penelitian ini ditujukan untuk memahami suatu fenomena ataupun permasalahan yang terdapat pada objek penelitian. Fenomena ataupun permasalahan pada konteks ini adalah persaingan di industri pertelevisian yang dihadapi RCTV sebagai objek penelitian.

### 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus (*case study*), karena penelitian ini ditujukan untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang suatu program, peristiwa, aktivitas, ataupun permasalahan yang bersifat kontemporer pada seseorang, sekelompok, lembaga, maupun organisasi tertentu.

### 3. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua sumber data penelitian, yakni : Sumber data primer dan sumber data sekunder.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, di antaranya : Observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

### 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ditujukan untuk mengelola data ke dalam suatu pola, kategori, atau urutan tertentu. Teknik analisis data pada

penelitian ini, di antaranya : Reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan.

#### 6. Informan

Informan merupakan orang yang memberi informasi dan diposisikan sebagai sumber data pada penelitian ini. Peneliti akan menetapkan informan berdasarkan kriteria tertentu.

### I. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat membantu peneliti menentukan cara pengolahan dan analisis data yang digunakan, yaitu berdasarkan perbandingan terhadap penelitian sebelumnya. Pentingnya penelitian terdahulu adalah untuk mengungkapkan sejumlah karya ilmiah terdahulu yang memiliki relevansi dan implikasi terkait penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi *lithérature references* dalam penelitian ini di antaranya :

1. Eksistensi Televisi Lokal (Kasus : Eksistensi TVKU dalam Kompetisi Industri Penyiaran). Penelitian ini disusun oleh Rinowati N.A., alumnus jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang, tahun 2012 (Rinowati, 2012. *Online*).

Penelitian tersebut menjelaskan bahwa, sebagai salah satu media lokal di Semarang, TVKU merasakan ketatnya persaingan dalam industri televisi. Ketatnya persaingan paling berat dirasakan TVKU yakni persaingan dengan televisi swasta nasional. Selain itu, persoalan biaya juga menjadi tantangan bagi TVKU untuk tetap bertahan dalam persaingan. Untuk mengatasi berbagai persoalan tersebut, TVKU memilih bersinergi dengan Suara Merdeka, dan mengabaikan tawaran media-media nasional besar, agar tetap mempertahankan ideologinya terhadap pendidikan dan lokalitas daerah. Selain itu, TVKU juga melakukan *positioning*, *programming*, dan pemasaran TVKU yang berubah menjadi SM TVKU, serta menambah jam tayang dan *blocking time*, agar dapat menambah pendapatan.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada aspek yang menjadi fokus kajian. Pembahasan mengenai kompetisi industri penyiaran dalam penelitian tersebut lebih terfokus aspek ekonomi dengan perspektif objek penelitian sebagai entitas bisnis, sementara dalam penelitian ini fokus kajian akan lebih menitik beratkan kepada aspek manajemen penyiaran sebagai upaya dalam mempertahankan eksistensi. Sementara itu, persamaan penelitian dari keduanya terletak pada metode penelitian yang digunakan, yakni studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Baik dari segi perbedaan maupun persamaan dengan penelitian terdahulu sebagaimana telah dijelaskan, secara keseluruhan tentunya penelitian terdahulu tersebut dapat memberi kontribusi pada penelitian ini. Khususnya untuk memberi informasi dan literatur tentang berbagai aspek penting dalam kajian tentang industri pertelevisian.

2. Penelitian berjudul, Strategi Padang TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Media Lokal. Penelitian tersebut disusun dalam bentuk skripsi oleh Ernis Suryani Taufli, mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas Padang, tahun 2014 (Taufli, 2014. *Online*).

Pada penelitian tersebut dijelaskan, bahwa Padang TV sebagai TV lokal termuda di kota Padang menghadapi tantangan yang tidak ringan, tidak hanya berhadapan dengan TV nasional yang lebih dahulu eksis, namun juga sesama TV lokal Padang, TV digital, dan media penyiaran lain. Selain itu, semakin kecilnya jangkauan audiens TV lokal yang masih menggunakan sistem analog juga menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, berbagai strategi dilakukan Padang TV untuk mempertahankan eksistensi sebagai media lokal kota Padang. Hasil penelitian tersebut menjelaskan strategi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya yakni dengan melakukan perencanaan program sesuai survey minat kebutuhan audiens. Padang TV juga memanfaatkan

teknologi internet, membentuk komunitas penonton, serta memperbanyak program-program *off air*.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang diteliti. Sementara itu, persamaan dari keduanya terletak pada pendekatan penelitian yang merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian terdahulu tersebut dapat memberi kontribusi terhadap penelitian ini, yakni dapat memberi gambaran umum mengenai tantangan yang dihadapi stasiun TV lokal dalam persaingan di industri pertelevisian, baik dengan sesama TV lokal, TV nasional, TV digital, bahkan media penyiaran lainnya.

3. Strategi Sriwijaya TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal. Penelitian dalam bentuk skripsi tersebut disusun oleh Novia Azalea Wahyuni, alumnus jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, tahun 2018 (Wahyuni, N.A., 2018. *Online*).

Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Sriwijaya TV sebagai stasiun televisi lokal masyarakat Palembang tidak hanya bersaing dengan stasiun televisi nasional, melainkan juga dengan stasiun televisi lokal yang berada pada wilayah siaran yang sama, televisi digital, dan media penyiaran *streaming* internet lainnya. Strategi Sriwijaya TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal diteliti menggunakan teori ekologi media oleh Dimmick dan Rohtenbuhler yang mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya, media memerlukan tiga sumber penunjang hidup media yang utama, yaitu *capital* (struktur permodalan dan pemasukan iklan), *types of content* (jenis isi media), dan *types of audiens* (jenis khalayak sasaran), serta dilengkapi dengan ulasan tentang strategi Sriwijaya TV dalam mengelola Sumber Daya Manusia (SDM)-nya.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan ragam permasalahan yang dihadapi. Sementara itu,

persamaan dari keduanya terletak pada teori yang digunakan, yakni teori Ekologi media Dimmick dan Rothenbuhler. Penelitian terdahulu tersebut tentu dapat memberi kontribusi pada penelitian ini. Penelitian tersebut dapat memberi pengetahuan mengenai dinamika dalam manajemen media massa (khususnya stasiun televisi lokal), sumber penunjang hidup media massa, serta pengelolaan sumber daya yang dimiliki.

4. Penelitian berjudul, Strategi TVRI Sulawesi Selatan dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Penelitian tersebut disusun oleh Riezcha Amelia, mahasiswi jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, tahun 2018. (Amelia, R., 2018, *Online*).

Pada penelitian tersebut digambarkan pokok strategi yang diterapkan TVRI Sulawesi Selatan (Sulsel) – berikut peluang dan tantangan – dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga penyiaran publik melalui metode kualitatif dengan metode pendekatan komunikasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan beberapa aspek, baik internal dan eksternal, di antaranya pembenahan program siaran, serta upaya untuk menjaga norma dan prinsip demi keseimbangan informasi pendidikan, kebudayaan, serta hiburan yang sehat. Selain itu, TVRI Sulsel juga memiliki peluang pada aspek SDM-nya yang profesional, namun memiliki tantangan dalam hal pengoptimalan pendayagunaan infrastruktur teknologi penyiaran.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian serta teori yang digunakan. Pada penelitian tersebut kajian lebih difokuskan terhadap manajemen strategi dengan pendekatan komunikasi, sementara pada penelitian ini akan menggunakan teori ekologi media dari Dimmick dan Rothenbuhler dengan pendekatan kualitatif. Sementara itu, persamaan dari keduanya terletak pada metode pengumpulan dan analisis data. Secara keseluruhan, penelitian terdahulu tersebut dapat memberi kontribusi pada penelitian ini. Implikasi dari hasil penelitian tersebut

dapat memberi wawasan mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi suatu lembaga penyiaran publik beserta aspek-aspek penting di dalamnya.

Adanya penelitian terdahulu tentu memiliki kontribusi dalam penelitian yang akan dilakukan. Beberapa hasil penelitian sebelumnya menggambarkan implikasi akademis yang memperkuat kajian dan teori yang diangkat dalam penelitian, khususnya yang berkenaan dengan manajemen strategi media penyiaran, dinamika, regulasi, serta teori ekonomi politik media mengenai *control* dan pertahanan terhadap keberlangsungan lembaga ataupun industri penyiaran. Sedikitnya, hasil penelitian tersebut memberi gambaran mengenai kondisi ekonomi politik media – termasuk media televisi lokal – yang kemudian akan dikomparasikan dengan teori manajemen media massa, termasuk di dalamnya akan mengulas tentang ekonomi politik media massa.

## **J. Sistematika Penulisan Penelitian**

### **SISTEMATIKA PENULISAN**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan berbagai teori atau studi kepustakaan yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan, yaitu berisi tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

