

BAB I

PENDAHULUAN

A. Kajian Pustaka

Informasi merupakan kebutuhan penting dalam kehidupan manusia. Setiap individu sudah pasti membutuhkan informasi guna menambah wawasan. Informasi biasanya diperoleh melalui media massa, salah satunya televisi yang sampai saat ini masih memegang peringkat teratas sebagai media massa yang paling banyak diminati dibanding koran maupun radio. Televisi adalah media komunikasi massa yang paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya mengatasi faktor jarak dan waktu dengan merencanakan kelahiran.²

Sedangkan Islam sendiri menyeru kita agar berdakwah dengan berbagai cara dan senantiasa kreatif tetapi perlu berlandaskan syariat Islam. Ali bin Abi Thalib pernah berkata, “Didiklah anakmu sesuai dengan zamannya, bukan zamanmu. Karena mereka adalah anak zaman mereka (akan hidup di zamannya)”.³ Ini menunjukkan bahwa, kita bisa menggunakan teknologi hari ini termasuk TV sebagai media untuk menyampaikan dakwah kepada segenap masyarakat, tidak hanya anak-anak, malah orang dewasa maupun orang tua. Dalam Al-Quran telah disebutkan bagaimana cara

² Drs Eb Surbakti Ma, *Awas Tayangan Televisi* (Elex Media Komputindo, 2008). Manajemen media penyiaran: strategi mengelola radio dan televisi (Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, 2018).

³ ‘Sulung Nofrianto, *The Golden Teacher*, (Bandung: Mizan Media Utama, 2008).

berdakwah kepada orang ramai yaitu di dalam Al-Quran surah An-Nahl ayat 125 dengan firman-Nya yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya: *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”* (Q.S 16: 125).⁴

Berbagai media hadir di tengah kehidupan manusia. Televisi merupakan salah satu media yang paling diminati. Televisi sudah akrab dengan pemirsa karena memberikan banyak pengalaman ilustrasi visual, kaya akan tata gerak, warna serta bunyi suara. Pemirsa televisi tidak harus menerawang membayangkan seperti ketika sedang mendengarkan berita di radio. Informasi yang disampaikan televisi pun lebih mudah diterima oleh pemirsa. Hal ini membuat televisi memiliki daya Tarik luar biasa apalagi program yang disajikan beragam, mulai dari News hingga program drama.⁵

Selain aksesnya yang tergolong mudah dan murah, televisi juga bisa memenuhi rasa penasaran penonton/pemirsa karena televisi mampu

⁴ ‘Departemen Agama RI, Al-Quran Dan Terjemahnya, (Bandung: Diponegoro, 2010), Q.S 16: 125.

⁵ Hidajanto Djamel and Andi Fachruddin, *Dasar-dasar penyiaran: sejarah Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Prenada Media, 2022). sejarah Organisasi, Operasional, dan Regulasi. (Jakarta: Prenada Media, 2022).

menyajikan informasi berupa audiovisual (suara dan gambar) sehingga pemirsa tidak harus menerawang ataupun membayangkan seperti ketika sedang mendengarkan berita di radio. Sebagaimana yang dimaksud dalam UU Penyiaran No. 32 Th. 2002 pasal 1 ayat 4, bahwa:

”Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengan pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan”⁶

Industri pertelevisian merupakan sebuah industri yang kreatif, karena setiap hari berkarya dan setiap hari memunculkan ide baru dan segar. Hal tersebut tampak pada jenis sajian televisi yang dewasa ini semakin beragam, seperti berita, *talkshow*, *feature*, *variety show* (hiburan), sinetron, kartun, drama komedi, dan lain sebagainya, yang membuat televisi tidak pernah sepi penonton. Tidak hanya jenis sajian televisi yang semakin banyak, sekarang ini jumlah stasiun televisi di Indonesia yang dapat disaksikan masyarakat secara gratis ada 12 stasiun televisi nasional terdiri dari TVRI, RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, TransTV, GlobalTV, Trans7, MetroTV, TVOne, MNC, dan KompasTV, belum lagi ditambah dengan stasiun televisi lokal di daerah-daerah yang juga kian menjamur.⁷

TV lokal di Indonesia mengangkat berbagai aspek kebudayaan lokal.

Dengan semangat untuk memanfaatkan nilai-nilai kebudayaan lokal, TV

⁶ “UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.”

⁷ Rizca Haqqu and Firdaus Azwar Eryad, ‘EKSISTENSI MEDIA TELEVISI ERA DIGITAL DIKALANGAN REMAJA’, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 22, (11 June 2020) <https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i1.2228>. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 22, (11 June 2020)

lokal memiliki peran dalam melestarikan kebudayaan dan konten Pendidikan, tidak hanya hiburan. Menurut Pasal 36 (1) UU Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, "Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia." Dengan demikian, televisi lokal dianggap sebagai media yang dapat berfungsi sebagai alternatif untuk menyebarkan informasi, terutama informasi tentang budaya lokal, di tengah gempuran budaya populer yang diusung oleh televisi swasta nasional. Televisi lokal diharapkan menawarkan alternatif tayangan yang menghormati kekayaan nilai-nilai budaya lokal dan daerah sekaligus menawarkan alternatif tayangan.⁸

DhohoTV merupakan TV lokal swasta komersial pertama di Kediri, Jawa Timur dibawah naungan manajemen PT Dhoho Media Televisi dengan kantor pusat di Jl. Mayjen Panjaitan No. 1 Kediri. DhohoTV merupakan representasi dari sebuah harapan untuk mengembangkan sebuah televisi lokal menjadi sebuah medium penyiaran yang tidak bisa dipandang sebelah mata oleh stasiun-stasiun TV yang berbasis Nasional, terlebih bagi warga eks Karesidenan Kediri dan sekitarnya.

Belajar dari pengalaman TV-TV lokal yang lebih dulu telah eksis di dunia pertelevisian, DhohoTV akan berusaha membuat dan menayangkan

⁸ Haqu and Eryad. Haqu dan Eryad, "EKSISTENSI MEDIA TELEVISI ERA DIGITAL DIKALANGAN REMAJA." Jurnal Dinamika Sosial Budaya 22, (11 June 2020)

program-program yang menghibur tanpa meninggalkan kewajiban sebuah media massa sebagai media edukatif. Seiring dengan otonomi daerah dan semangat menciptakan TV yang sesuai dengan masyarakat Eks. Karesidenan Kediri Raya sebagai kota santri, kota budaya dan kota tujuan wisata. Maka kehadiran DhohoTV sangat bermanfaat bagi masyarakat pemirsa maupun industri pendukung pertelevisian (Rumah Produksi, Penyelenggara Acara, Periklanan, dll).⁹

Berdasarkan latar belakang itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui bagaimanakah strategi kreatif yang diterapkan produser DhohoTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal di kota kediri.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Strategi Kreatif Yang Diterapkan Produser DhohoTV Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Televisi Lokal Di Kota Kediri?
2. Bagaimana Peluang, Dan Hambatan Televisi Lokal DhohoTV Kota Kediri Dalam Meningkatkan Minat Penonton.

⁹ 'DhohoTV', in Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, 2 September 2023, <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=DhohoTV&oldid=24117461>.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menyelidiki sejauh mana strategi-strategi yang telah diterapkan telah berhasil dalam mempertahankan eksistensi televisi lokal di Kota Kediri
2. Untuk mengetahui jenis konten yang diproduksi oleh DhohoTV dan bagaimana konten tersebut dikustomisasi agar sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens lokal. Ini bisa termasuk program-program berita lokal, acara budaya, program pendidikan, dan lain sebagainya.

D. Kegunaan Penelitian

Sebuah penelitian komunikasi didasarkan pada fakta dan fenomena komunikasi. Namun, jelas perlu ada keuntungan yang dapat dihasilkan oleh penelitian. Jika tidak ada manfaat, penelitian akan sia-sia dan tujuan penelitian tidak akan tercapai. Oleh karena itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan membawa manfaat teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang dipublikasikan dapat menjadi referensi bagi peneliti, akademisi, dan mahasiswa yang tertarik dalam bidang studi yang serupa. Dan juga bagaimana strategi komunikasi pemasaran sebuah stasiun televisi lokal melalui analisis deskriptif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan bagaimana strategi kreatif yang diterapkan produser DhohoTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal di kota Kediri, khususnya televisi lokal.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi produser media lokal lainnya di Kota Kediri dan wilayah sekitarnya. Hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas dan relevansi konten lokal serta memperkuat eksistensi media lokal sebagai sumber informasi dan hiburan yang penting bagi masyarakat setempat.

E. Definisi Operasional

1. Strategi kreatif

Strategi kreatif merupakan dua kata berbeda yang terdiri dari kata strategi dan kreatif. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran. Menurut Hardiyanto, “*Strategy is a plan of action, a detailed scheme for achieving some goals.*” (Strategi adalah rencana tindakan, skema rinci untuk mencapai beberapa tujuan).¹⁰

Dalam buku Manajemen Media adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata “program” dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manager dalam perumusan strategi organisasi. Strategi memberikan pengarahan terpadu bagi organisasi dan

¹⁰ Drs. Hardiyanto, M.Si ‘MODUL MANAJEMEN PERIKLANAN (3 SKS) Oleh : Drs. Hardiyanto, M.Si - PDF Free Download’, accessed 8 February 2024, <https://docplayer.info/47724662-Modul-manajemen-periklanan-3-sks-oleh-drs-hardiyanto-m-si.html>.

berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan.¹¹

2. Produser

Produser adalah orang yang bertanggung jawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati oleh production manager, executive produser, ataupun dari management. Atau dapat dikatakan produser adalah orang yang memiliki gagasan/ide kreatif, yang bisa jadi dari pikirannya sendiri maupun saran dari luar, teman kerja atau masyarakat. Gagasan/ide kreatif tersebut selanjutnya akan dituangkan dalam sebuah rundown sheet.

Produser harus memastikan adanya dukungan keuangan bagi teralaksananya produksi program televisi, serta mampu mengelola keseluruhan proses produksi termasuk melaksanakan penjadwalan. Produser ikut terlibat dalam pengambilan keputusan setiap harinya. Selain itu produser juga harus mampu menerjemahkan keinginan dan pandangan para pendukung modal (investor) klien, atasan dan juga audien dalam setiap produksinya.¹²

3. Televisi lokal

Secara etimologis, televisi menurut David, kata televisi adalah perpaduan dari kata Yunani dan latin “tele” berarti pada suatu jarak dan

¹¹ Morissan M.A, Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi (Prenada Media, 2018).

¹² Maria Esfera Dyah Untari and Siti Asiatun, ‘Pengembangan Ide Produser dalam Produksi Dokumenter Televisi “Buku Harian” Edisi “Dibalik Layar Pencari Berita”’, *Jurnal Ilmiah Multimedia dan Komunikasi* 6, (30 June 2021), <https://doi.org/10.56873/jimk.v6i1.111>. Volume 6 Nomor 1, Juni 2021

ini juga dipakai untuk menyatakan bentuk komunikasi jarak jauh lainnya seperti telegram dan telepon. Visi berasal kata latin “video” yang artinya “saya lihat”. Televisi adalah pemancar dan penerimaan gambar dari objek yang sedang bergerak dengan bantuan gelombang radio.¹³

Televisi juga memiliki fungsi-fungsi yang menunjang bertambahnya minat khalayak untuk menggunakan televisi. fungsi televisi diantaranya adalah sebagai media informasi yang menyebarkan informasi kepada khalayak. Selain itu, televisi juga berfungsi sebagai media pendidikan yang fundamental dalam mendidik anak indonesia dalam bentuk pengajaran nilai, etika hingga aturan yang berlaku.¹⁴

Kemunculan Televisi lokal memberikan warna baru pada dunia penyiaran. Hal tersebut disebabkan kurangnya pengenalan budaya daerah dan segala sesuatu yang mengandung unsur lokalitas yang diangkat kedalam wujud audio visual. Sehingga kehadiran televisi lokal yang menghadirkan kearifan lokal merupakan suatu solusi yang dinilai sangat menunjang berkembangnya suatu daerah. Hal ini sesuai dengan pendapat Priwidodo yang mengungkapkan bahwa tayangan yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi dan unsur kedaerahan lainnya yang

¹³ Yudi Krisno Wibowo, “Pengaruh persepsi pemirsa atas elemen iklan di televisi terhadap sikap pemirsa pada iklan rokok sampurna hijau”. Di terbitkan. Surabaya; program pascasarjana universitas airangga Surabaya, 2006.

¹⁴ Tiara, Mira Kania Sabariah, and Veronikha Effendy, ‘Sentiment Analysis on Twitter Using the Combination of Lexicon-Based and Support Vector Machine for Assessing the Performance of a Television Program’, in 2015 3rd International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT), 2015

menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat dapat mengoptimalisasikan pembangunan setempat.¹⁵

F. Penelitian Terdahulu

1. Nama: Yasha Langitta Setiawan, Januardi Nasir, Puryanto, Yumi Ariyati, Tommy Dwi Wahyudi.

Judul: “Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital”

Jenis dan tahun: Artikel Ilmiah Vol. 8 No. 1 (2023)

Tujuan: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi INews Tv padang sebagai televisi lokal dalam mempertahankan eksistensi di era digital Perkembangan teknologi komunikasi membuat media massa konvensional beralih menjadi media massa digital dengan memanfaatkan media-media komunikasi berbasis digital. Media komunikasi digital adalah media komunikasi menggunakan perangkat dan jaringan internet, untuk itu media massa membutuhkan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensinya. Strategi komunikasi INews TV Padang dalam mempertahankan eksistensi dengan memanfaatkan youtube sebagai media komunikasi digital. Inew tv padang juga membuat konten-konten yang menarik berisikan informasi lokal 63 Jurnal Ilmu Komunikasi UHO disekitaran sumatera barat. Dan membuat media promosi dengan

¹⁵ Gatut Priyowidodo, ‘MENAKAR KEKUATAN DAN KEUNGGULAN INDUSTRI TELEVISI LOKAL DI ERA OTONOMI’, *Scriptura* 2,(2008): 56–62, <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.1.56-62>. Vol. 2, No. 1, Januari 2008

memanfaatkan sumber daya manusia yang menjadi kru untuk memposting ke media sosial masing-masing yang cukup efektif menarik minat penonton. Buat penelitian selanjutnya untuk bisa menganalisis pemanfaatan media komunikasi digital televisi lokal maupun televisi nasional dan strategi komunikasi dalam literasi kepada masyarakat tentang peralihan televisi analog menjadi televisi digital.¹⁶

2. Nama: Meirwan Haider Argiansah, Fatimah

Judul: “Strategi Produksi Dinamika News Megaswara Tv (MGSTV) Bogor dalam Mempertahankan Eksistensi di Pertelevisionan Lokal”

Jenis dan tahun: Artikel Ilmiah Vol. 15 No. 3 (2023)

Tujuan: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana Strategi Produksi Dinamika News Megaswara TV Dalam Mempertahankan Eksistensi Pertelevisionan Lokal di kota Bogor. bahwa berdasarkan strategi Pra Produksi Dinamika News diketahui bahwa strategi-strategi yang dilakukan MGSTV untuk dapat mempertahankan eksistensinyaitu dengan cara kerja sama dengan berbagai pihak antara pengusaha, UMKM, Dinas, Pemerintah Daerah dan Provinsi, melakukan promosi dengan media dengan jaringan MGSTV yang adadan juga MGSTV beradabtasi perkembangan teknologi serta mengedepankan konten konten lokal di setiap progam agar menjaga hubungan emosional dengan pemirsa. Dinamika News memberikan program berita unggulan

¹⁶ Yasha Langitta Setiawan. "STRATEGI KOMUNIKASI INEWS TV PADANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL". Vol. 8(2023)

yang menarik banyak pemirsa untuk menonton serta Sumber pendapatan Dinamika News MGSTV dari iklan dan program UMKM berbayar.¹⁷

3. Nama: Kartika Hasanah, Triadi Sya'dian

Judul: “STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM ACARA DENDANG PANTUN TVRI SUMATERA UTARA DENGAN TEMA TAKKAN GOYAH DIPECAH BELAH”

Jenis dan Tahun: Artikel Ilmiah Vol. 1 No. (2020)

Tujuan: Tujuan penelitian ini adalah untuk Penelitian ini mengambil fokus bagaimana strategi kreatif yang diterapkan dalam program acara dendang pantun sebagai program yang menarik di stasiun TVRI. Penelitian ini menggunakan Metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data melalui wawancara dan observasi secara langsung maupun tidak langsung. Data yang telah dihasilkan dan di Analisa dengan menggunakan teori 13 tips kreatif acara oleh Naratama. Hasil penelitian dari Strategi kreatif yang diterapkan produser dikemas secara komedi dengan menggunakan pembawa acara, Combo PARSI band, dengan pemantun saling berbalas pantun.¹⁸

¹⁷ Meirwan Haider Argiansah and Fatimah Fatimah, ‘Strategi Produksi Dinamika News Megaswara Tv (MGSTV) Bogor Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Pertelevisian Lokal’, *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA* 15, (4 November 2023): <https://doi.org/10.38041/jikom1.v15i03.270>. Vol. 15 No. 3 (2023).

¹⁸ Kartika Hasanah, ‘STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM ACARA DENDANG PANTUN TVRI SUMATERA UTARA DENGAN TEMA TAKKAN GOYAH DIPECAH BELAH’, December 2019, <http://repository.potensi-utama.ac.id/jspui/jspui/handle/123456789/3722>. Vol. 1 No. (2020)

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi skripsi ini, maka sistematika penulisan akan disusun sebagai berikut:

Bab I: Berisi pendahuluan yang memuat tentang berbagai ketentuan formal sebuah penelitian ilmiah yang terdiri dari konteks penelitian ilmiah yang terdiri dari konteks penelitian, 1. Latar Belakang Masalah, 2. Rumusan Masalah, 3. Tujuan Masalah, 4. Kegunaan Hasil Penelitian, 5. Definisi Operasional, 6. Serta Sistematika Penulisan.

Bab II: Kerangka Teoritik, membahas tentang kajian Pustaka yang meliputi pembahasan teori, kajian teoritik, dan penelitian terdahulu yang relevan.

Bab III: Metode penelitian, membahas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan, dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, Teknik analisis data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: penyajian analisis data, membahas tentang paparan hasil penelitian yang meliputi: setting penelitian, paparan data, temuan penelitian, dan pembahasan.

Bab V: penutup, membahas bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran.