

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era yang semakin dipengaruhi teknologi dan informasi, pemahaman terhadap berbagai informasi menjadi semakin sangat penting bagi manusia. Media massa memegang peran penting dalam menyediakan akses informasi, baik secara luas maupun mendalam. Sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi berskala besar, dengan melalui media cetak ataupun elektronik, media massa memiliki peranan sentral dalam kehidupan modern. Sebagai sumber utama informasi, media massa berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat saat ini, Karena pengaruhnya yang signifikan, memahami cara kerja media massa menjadi hal yang penting. Melalui media massa, individu dapat mengakses informasi dari luar lingkungan mereka. Dalam konteks demokrasi modern, partisipasi warga yang aktif dan berpengetahuan seringkali bergantung pada efektivitas media massa dan media massa juga memberikan ruang bagi setiap orang untuk menyampaikan ide dan gagasan mereka kepada publik secara luas. Tanpa media massa, gagasan individu akan terbatas pada lingkup terdekat mereka.

Televisi adalah salah satu media komunikasi massa yang paling berperan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat karena menggabungkan elemen audio dan visual, memungkinkan masyarakat untuk mendengar dan melihat informasi.

Hampir semua kalangan menjadikan televisi sebagai bagian dari konsumsi sehari - hari. Selain sebagai sarana hiburan, televisi juga berperan penting dalam menyebarkan informasi secara cepat, tepat, dan dapat dipercaya. Pengaruh siaran televisi sangat luas, memiliki daya tarik yang besar, dan meningkatkan penonton dari berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu, stasiun televisi berlomba - lomba menyajikan program yang kreatif untuk menarik perhatian bagi khalayak, Kamila Alhalimi (2022).

Fungsi utama media massa adalah menyampaikan informasi, terutama melalui bentuk berita. Menurut JB Wahyudi (dalam Hasanah, A. 2018) Berita merupakan laporan tentang peristiwa atau opini yang dianggap penting dan menarik bagi sebagian besar orang, dan dipublikasikan melalui media massa secara luas. Media massa memungkinkan akses terhadap berbagai peristiwa di luar lingkungan individu, melalui program - program berita yang disajikan. Program berita menjadi elemen penting dalam identitas sebuah stasiun televisi. Meskipun berbagai stasiun televisi menayangkan berbagai program hiburan, seperti film dan musik, program berita tetap menjadi penanda identitas yang kuat bagi stasiun tersebut. Selain itu, program berita juga memegang peran penting sebagai tanggung jawab sosial dan kewajiban stasiun televisi terhadap masyarakat.

Di Indonesia, program berita menjadi salah satu andalan utama stasiun televisi. Stasiun televisi bersaing untuk mendapatkan perhatian penonton dengan menyajikan program berita yang menarik dan informatif. Dalam Menonton televisi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat umum. Menurut Prof. Dr. R. Mar'at dari Unpad (dalam Marsha, 2011:12). Sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penonton dipengaruhi oleh acara televisi. Oleh karena itu, melakukan sesuatu yang membuat penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah sesuatu yang istimewa karena efek psikologis televisi seharusnya menghipnotis penonton.

Namun, lambat laun eksistensi televisi terganggu dengan adanya media sosial sebagai turunan dari teknologi internet. Di antara persaingan antar media massa, terdapat hal positif adanya media sosial di tengah eksistensi televisi. Keuntungan tersebut, ada pada arus informasi yang cepat diterima. Dengan adanya media sosial, informasi dapat disiarkan saat itu juga. Pengiriman informasi yang cepat termasuk gambar dan video dapat dikirimkan secara cepat dengan biaya yang relatif murah. Bahkan reporter pun dapat secara live dari tempat kejadian melaporkan sebuah peristiwa. Asmoroweni & Setiawan (2020:99). Teknologi internet ini sangat membantu dalam urusan reportase di lapangan. Dengan demikian kualitas acara informasi jauh lebih baik dibanding televisi di masa lalu.

Aplikasi media sosial saat ini telah menggantikan kebiasaan menonton televisi secara konvensional, karena kini masyarakat lebih memilih layanan aplikasi media sosial seperti Netflix, Tiktok, Facebook, Instagram, Youtube, situs web dan perangkat aplikasi mobile lainnya. Pratama, Iqbal, & Tarigan (2019). Dalam persaingan media massa, setiap stasiun televisi tentunya harus mempunyai strategi yang efektif untuk menarik dan meningkatkan pemirsa melalui program – programnya agar televisi tetap memiliki daya tarik dan nilai tersendiri dalam berbagai program unggulannya. dikarenakan kekuatan televisi terletak pada kemampuannya menyajikan informasi, pengetahuan, dan hiburan bagi penontonnya.

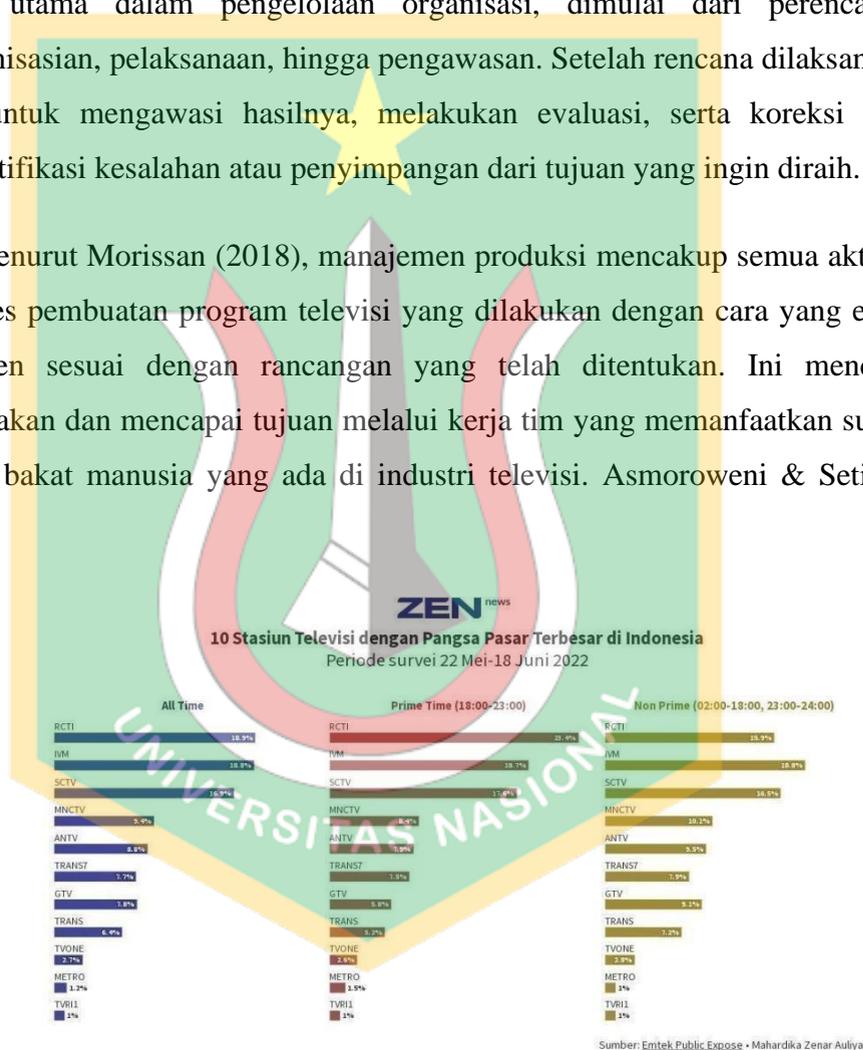
Pada dasarnya, setiap aspek dalam kehidupan manusia sehari - hari memerlukan strategi atau perencanaan. Tanpa adanya strategi, tujuan yang ingin dicapai tidak akan terlaksana dengan baik. Strategi sering juga disebut sebagai rencana. Oleh karena itu, strategi menjadi penting sebelum mengambil tindakan dalam situasi apapun. Dalam pelaksanaannya, manajemen harus dilakukan secara efektif dan efisien untuk menyelaraskan setiap langkah mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Efisiensi berarti kemampuan menyelesaikan pekerjaan dengan benar dan baik, sedangkan efektivitas berarti memilih metode yang tepat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendaliannya. Kamila Alhalimi. (2022:22).

Secara umum, manajemen adalah proses pengaturan kegiatan individu atau kelompok oleh seseorang. Manajemen diperlukan untuk mencapai target yang telah ditetapkan, dengan bekerja sama memaksimalkan sumber daya yang ada. Dengan demikian, strategi dan manajemen saling melengkapi dalam merencanakan dan menyusun langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Sukarna (dalam Pakpahan 2024), terdapat empat fungsi manajemen utama yang sangat penting dalam pengelolaan organisasi, yaitu perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*), dan pengendalian (*Controlling*). Keempat fungsi ini bekerja bersama untuk menentukan apakah tujuan organisasi dapat tercapai atau tidak. Meskipun tiga fungsi berjalan dengan baik, jika salah satu tidak berfungsi dengan semestinya, tujuan tetap tidak akan tercapai sesuai harapan. Oleh karena itu, keempat fungsi ini menjadi landasan utama dalam pengelolaan organisasi, dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan. Setelah rencana dilaksanakan, penting untuk mengawasi hasilnya, melakukan evaluasi, serta koreksi untuk mengidentifikasi kesalahan atau penyimpangan dari tujuan yang ingin diraih.

Menurut Morissan (2018), manajemen produksi mencakup semua aktivitas atau proses pembuatan program televisi yang dilakukan dengan cara yang efektif dan efisien sesuai dengan rancangan yang telah ditentukan. Ini mencakup merencanakan dan mencapai tujuan melalui kerja tim yang memanfaatkan sumber daya dan bakat manusia yang ada di industri televisi. Asmoroweni & Setiawan (2020).



Gambar 1. 1 Pangsa penonton di Indonesia

Sumber: <https://public.flourish.studio/visualisation/11540577/>

Berdasarkan gambar menunjukkan pada gambar 1 yang dilansir *website* resmi *public.flourish.studio* bahwa jam tayang di prime time pukul 18:00 – 23:00 RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki penonton terbanyak dengan pangsa

penonton (audience share) sebesar 23,4%, lalu indosiar yang berada di urutan kedua dengan pangsa penonton 18,7%, dan di posisi selanjutnya ada SCTV dengan pangsa penonton 17,6%, MNCTV 8,4%, diikuti ANTV dan Trans 7 dengan pangsa masing-masing 7,9% dan 7,5%. Kemudian stasiun televisi GTV dan Trans TV memperoleh pangsa pemirsa 5,8% dan 5,2%. Setelahnya ada TV One dengan pangsa 2,6%, sedangkan Metro TV hanya 1,5%, dan TVRI hanya 1%

Dari data tersebut melihat peringkat trans tv berada di urutan nomor 8 di jam tayang prime time, maka pentingnya bagi program-program prime time yang ada di trans tv khususnya program Dunia Punya Cerita harus terus berinovasi dan mengembangkan strategi program sebaik mungkin agar tetap relevan dan menarik bagi penonton agar bisa meningkatkan rating dan share. Kemunculan program-program baru yang inovatif menjadi ancaman signifikan bagi program lama yang telah lama tayang di televisi. Dalam industri penyiaran, program televisi memegang peran krusial sebagai penopang utama keuangan perusahaan. Namun, mempertahankan program lama bukanlah hal yang mudah, terutama mengingat ketatnya persaingan di dunia pertelevisian, khususnya di Indonesia. Program lama seringkali harus menghadapi tekanan dari kompetitor yang agresif. Berbagai upaya inovasi dilakukan untuk menjaga eksistensi dan mempertahankan atau meningkatkan peringkat pemirsa (*rating*), sehingga program tersebut tidak dihentikan oleh pihak stasiun televisi. Rating yang tinggi menjadi indikator keberhasilan program, sekaligus menarik minat pengiklan untuk berinvestasi. Semakin banyak iklan yang masuk, semakin jelas keberhasilan program tersebut dalam menarik perhatian audiens.

Rating dan *share* televisi memiliki peranan penting bagi para pengiklan karena berpengaruh besar dalam menarik minat mereka. Tinggi rendahnya rating suatu program ditentukan oleh jumlah penontonnya. Semakin loyal penonton terhadap program tersebut, semakin tinggi pula rating yang diraih.

Hal ini terlihat jelas sejak kehadiran televisi swasta yang menarik perhatian masyarakat. Persaingan antar stasiun televisi semakin mudah dikenali seiring dengan banyaknya program yang ditawarkan, sehingga penonton menjadi faktor utama bagi keberhasilan sebuah program. Perhitungan rating tidak dapat dilakukan

sembarangan. Persaingan di antara perusahaan media swasta di Indonesia menjadi semakin ketat dengan banyaknya program yang diluncurkan. Data peringkat atau pangsa pasar, yang dihitung oleh AC Nielsen, menunjukkan bahwa televisi memegang posisi strategis dengan daya tawar tinggi di mata pengiklan. Melalui perhitungan angka rating, performa program nasional dapat diketahui dengan cepat, seperti di Jakarta, di mana 56 persen penonton dihitung oleh Nielsen. Herliana, S. (2023:22).

Di Indonesia, *Website resmi nielsen Audience Measurement* Indonesia menjadi lembaga resmi yang mengukur rating dan share program televisi. Hasil perhitungan ini digunakan sebagai indikator kesuksesan sebuah program. Bagi pengiklan, data tersebut menjadi panduan untuk memilih program yang paling banyak ditonton sebagai strategi utama dalam meningkatkan pendapatan. Di sisi lain, bagi penyiar televisi, rating dianggap sebagai mata uang universal yang membantu mereka mengelola biaya operasional dengan lebih efektif dan mencapai tujuan menjangkau konsumen sebanyak mungkin. Iklan merupakan sumber pendapatan utama bagi stasiun televisi swasta, sehingga perlu mendapatkan perhatian khusus. Penting untuk diingat bahwa seluruh konten iklan harus mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku, termasuk peraturan perlindungan konsumen, undang-undang terkait lainnya, serta pedoman periklanan yang ditetapkan oleh KPI dan ketentuan dalam surat izin iklan.

Dalam konteks ini, Trans TV salah satu stasiun televisi swasta terkemuka di Indonesia, memulai debutnya pada 15 Desember 2001, yang didirikan oleh Chairul Tanjung, PT Televisi Transformasi Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi preferensi penonton dan dinamika media massa secara keseluruhan. Dalam menjalankan operasinya, Trans TV telah dikenal dengan berbagai program unggulan yang menghadirkan inovasi dan kreativitas dalam produksi siaran seperti movie & drama, travel & lifestyle, religious, information, special & classic show, reality show, variety, talkshow dan infotainment.

TRANS TV TV NASIONAL JADWAL EVENT						
Fri	Sat	Sun	Mon	Tue	Wed	Thu
04	05	06	07	08	09	10
OCT	OCT	OCT	OCT	OCT	OCT	OCT
06:00	ISLAM ITU INDAH					
06:30	INSERT PAGI					
07:30	CNN INDONESIA GOOD MORNING					
08:30	PAGI-PAGI AMBYAR					
10:30	INSERT					
12:30	BROWNIS (OBROLAN MANIS)					
14:00	RUMPI (NO SECRET)					
15:00	INSERT TODAY					
16:00	CNN INDONESIA NEWS UPDATE					
16:30	DREAM BOX INDONESIA					
17:30	BIKIN LAPER					
18:45	INSERT STORY					
20:00	DUNIA PUNYA CERITA					
21:00	BIOSKOP TRANSTV					
23:00	BIOSKOP TRANSTV					

Gambar 1. 2 Schedule Program di Trans TV Website Resmi

sumber: Travnstv.co.id/schedule

Berdasarkan *website* resminya, Salah satu program dari trans tv adalah Dunia Punya Cerita yang tergolong dalam program informasi yang dikenal sebagai pionir *magazine* yang memberikan informasi tentang berbagai topik, seperti fenomena, berita politik, misteri, keajaiban dunia, dan sains. Dunia Punya Cerita tayang di salah satu televisi swasta yaitu PT Televisi Transformasi Indonesia (Trans Tv). Program ini tayang di Trans Tv setiap hari rabu, kamis, jumat pukul 20.00. Program Dunia Punya Cerita adalah acara berjenis nondrama dengan format repackaging. Format repackaging ini berarti program tersebut menggunakan materi video berupa cuplikan - cuplikan atau konten yang sudah dipublikasikan sebelumnya, lalu digabungkan menjadi satu tayangan. Dalam hal ini, Dunia Punya Cerita mengumpulkan video dari berbagai platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, TikTok, Telegram, Facebook, Twitter, dan situs web. Pemilihan dan pembentukan sebuah program acara tidak terlepas dari Strategi manajemen produksi program untuk meningkatkan penonton. Dunia Punya Cerita telah menjadikan klip - klip video dari media sosial untuk mempertahankan diri sebagai sebuah program acaradi Trans Tv. Tentunya program acara Dunia Punya Cerita memiliki cara dalam strategi manajemen produksi untuk mempertahankan eksistensinya melalui media baru, yaitu media sosial dan di tengah persaingan acara sejenis, contohnya One The Spot, Insert, Insert Today, Insert Pagi.

Berdasarkan *website* resmi Viv.co.id pada 5 Oktober 2024, program Dunia Punya Cerita menempati peringkat ke-27 dalam daftar 30 program TV terpopuler. Meskipun detail mengenai rating dan share tidak dicantumkan, posisi ini

menunjukkan bahwa program tersebut memiliki jumlah penonton yang cukup besar. Selain itu, pada 23 Agustus 2024, Dunia Punya Cerita juga berada di peringkat ke-27 dalam daftar program TV dengan rating tertinggi. Meski angka spesifik terkait rating dan share tidak tersedia, konsistensi program ini dalam daftar tersebut mencerminkan tingkat popularitasnya di kalangan penonton.

Salah satunya terdapat hal konsisten dalam strategi manajemen produksi program acara Dunia Punya Cerita dalam meningkatkan *rating* dan *share*, dapat dilihat bahwa tim program dunia punya cerita juga mempromosikan program mereka lewat akun instagram resmi @duniapunya cerita.ttv agar mengajak penonton untuk menonton live streaming mereka di televisi maupun di *website* resmi trans tv. Dalam setiap konten yang mereka upload menegaskan bahwa informasi yang ditayangkan merupakan informasi yang khusus diproduksi pada tayangan Dunia Punya Cerita. Pembuatan konten yang konsisten ini juga berpengaruh pada kesan penonton, sehingga penonton akan selalu teringat bahwa tayangan yang menyajikan informasi unik sudah pasti program acara Dunia Punya Cerita.

Dalam industri televisi, kesuksesan sebuah program tidak hanya ditentukan oleh kualitas kontennya, tetapi juga oleh capaian rating dan share. Rating mencerminkan jumlah pemirsa yang menyaksikan program tertentu, sedangkan share menggambarkan persentase penonton program tersebut dibandingkan dengan total pemirsa televisi pada waktu yang sama. Kedua indikator ini menjadi tolok ukur utama bagi stasiun televisi untuk menarik minat pengiklan, yang merupakan sumber pendapatan utama bagi lembaga penyiaran swasta seperti Trans TV. Program Dunia Punya Cerita, salah satu tayangan andalan Trans TV, pada awalnya dijadwalkan tayang setiap hari rabu, kamis, jumat. Namun, dalam perkembangannya, terjadi penurunan *rating* dan *share* yang memaksa perubahan jadwal tayang menjadi hanya hari Rabu hingga Jumat. Perubahan ini mencerminkan adanya tantangan dalam menjaga ketertarikan audiens sekaligus mempertahankan daya saing di tengah kompetisi yang semakin ketat dengan program yang serupa pada jam tayang yang sama. Beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab penurunan kinerja program ini meliputi perubahan preferensi audiens, persaingan dengan program serupa di stasiun lain, kurangnya inovasi dalam penyajian konten atau format acara, serta efektivitas strategi manajemen program yang dilakukan. Kondisi ini menekankan

pentingnya evaluasi komprehensif terhadap strategi manajemen program, termasuk dalam hal produksi konten, promosi, hingga penjadwalan tayang. Langkah ini diharapkan mampu mengembalikan daya tarik program kepada audiens dan meningkatkan pencapaian rating serta share.

Selain itu, tantangan untuk mempertahankan loyalitas penonton dan menarik lebih banyak audiens di tengah perubahan selera hiburan dan berkembangnya platform digital seperti TikTok, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya. Karena pada dasarnya materi program Dunia Punya Cerita berasal dari aplikasi media sosial, yaitu dengan mengumpulkan cuplikan - cuplikan video ataupun foto yang sedang viral pada saat ini, lalu digabungkan menjadi sebuah siaran dan kemudian ditayangkan kepada penonton. Padahal, sebelum program dunia punya cerita menayangkan siaran tersebut kepada penonton, masyarakat sudah lebih dulu menonton video - video pendek atau foto yang sedang viral di aplikasi media sosial. Maka dari itu dalam konteks ini, strategi manajemen program siaran Trans TV menjadi relevan untuk dipelajari.

Penelitian ini tidak hanya akan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana strategi manajemen program acara dunia punya cerita di Trans Tv dalam meningkatkan rating dan share, tetapi juga akan mengungkapkan tantangan, peluang, dan inovasi yang menjadi bagian dari dinamika industri televisi di Indonesia. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang strategi manajemen produksi siaran Trans TV, diharapkan dapat ditemukan rekomendasi dan saran yang konstruktif untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kualitas program-program televisi yang ditawarkan oleh stasiun ini.

Hal ini akan mendukung peran Trans TV dalam memenuhi tuntutan dan harapan pemirsa serta menjaga posisinya sebagai stasiun televisi swasta terkemuka di Indonesia. Oleh karena itu, mengingat pentingnya mengetahui langkah - langkah strategi manajemen dalam suatu program televisi dan mengetahui apa saja peluang dan tantangan dalam strategi manajemen di televisi. maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“strategi manajemen program acara dunia punya cerita di lembaga penyiaran swasta trans tv dalam meningkatkan rating dan share.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang diteliti, yaitu: Bagaimana strategi manajemen program acara dunia punya cerita di lembaga penyiaran swasta Trans TV dalam meningkatkan rating dan share?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen program acara Dunia Punya Cerita di lembaga penyiaran swasta Trans TV dalam meningkatkan rating dan share. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala dan peluang yang dihadapi dalam penerapan strategi manajemen program dunia punya cerita di trans tv.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Akademis: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam kepada pembaca tentang teori yang terkait dengan strategi manajemen di televisi. Bagaimana sebuah siaran, melewati berbagai tahapan hingga dapat ditayangkan sebagai program berita yang lengkap. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam ilmu komunikasi, terutama di bidang jurnalistik terkait strategi manajemen di dunia pertelevisian.
- 2) Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Televisi, sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan dan kualitas dan daya tarik program bagi penonton sebagai lembaga penyiaran publik yang melayani pemirsa.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan di proposal ini sistematis, penulis membagi tulisan ini terdiri dari tiga bab. Sistematika penulisan dalam proposal ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memaparkan lima sub-bab. Diantaranya adalah: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitan dan sistematika penulisan. Dalam bab ini lebih memaparkan permasalahan daritopik yang dipilih.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis memaparkan empat sub - bab yaitu; kajian penelitian terdahulu, kerangka teori, kerangka konsep dan kerangka berpikir. Dalam bab ini penulis memaparkan tentang teori yang digunakan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti memaparkan lima sub - bab yaitu pendekatan penelitian yaitu pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengolahan dan analisis data dan lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan secara mendalam temuan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian serta akan memberikan saran secara teoritis dan praktik.