

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Televisi sudah hadir puluhan tahun lamanya dan sudah sangat diminati oleh banyak orang sejak lama. Dengan acara yang dikemas sedemikian rupa dan dengan hasil yang sangat unik, media ini menjadi daya tarik dan digemari oleh banyak orang. Sebelum adanya internet, televisi menjadi sarana yang paling ampuh dalam mempromosikan sebuah produk, jasa, layanan, atau informasi apapun itu. Karena cakupannya yang terbilang sangatlah luas dan minat masyarakat dalam menonton televisi sangat besar, hal ini menjadikan televisi sebagai salah satu media yang memiliki dampak besar untuk dijadikan sebagai tempat promosi. Televisi memiliki sifat yaitu audio visual, oleh karena itu media televisi dapat menghadirkan acara seperti film, sinetron, musik, hiburan anak-anak, bahkan sampai ke berita terkini ataupun olahraga juga bisa ditayangkan. Televisi dapat menyiarkan ditempat kejadian berlangsung, dan di lokasi yang sesuai dengan kejadian tersebut berada.

Namun setelah kemunculan internet, menjadikan televisi perlahan menjadi tersaingi. Kemudahan beriklan di internet menjadi daya tarik bagi siapapun yang memiliki usaha ataupun sekedar memberikan informasi kepada masyarakat luas. Tak bisa dipungkiri perkembangan teknologi yang begitu pesat menenggelamkan televisi dalam bidang periklanan. Kondisi ini menyebabkan televisi harus masuk juga ke dalam dunia digital untuk dapat mempromosikan kembali programnya untuk dapat terus dilirik oleh masyarakat luas. Perkembangan teknologi membawa

perubahan pada cara manusia berkomunikasi.

Kemunculan media baru dari turunan teknologi internet dengan sifat interaktifnya mampu membuat banyak orang tidak lagi pasif hanya sebagai komunikan, juga sebagai komunikator. Penggunaan media sosial semakin meningkat diikuti dengan perkembangan teknologi seluler yang telah berhasil membuat *smartphone* jauh lebih murah dibandingkan komputer atau laptop sebagai sarana untuk mengakses internet.

Perkembangan internet begitu cepat dan disebut sebagai *new media*. Menurut data “*We Are Social*”, Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki jumlah populasi terbesar pengguna internet di dunia. Semakin besarnya pengguna internet yang juga pasti menggunakan sosial media menjadi pengaruh besar bagi pola penggunaan media massa. Media massa elektronik TV yang dapat diakses secara gratis, ternyata merasakan dampak dari besarnya pengguna internet, yang dimana menurunnya jumlah penonton. Walaupun selama ini televisi menjadi media yang paling banyak diakses, ternyata kemajuan teknologi internet menjadi dampak yang besar bagi kelangsungan media elektronik televisi.<sup>1</sup>

Namun dengan munculnya fenomena baru dalam perubahan penggunaan media ini banyak pihak yang meramalkan bahwa suatu saat TV akan makin ditinggalkan oleh pemirsanya. Tetapi ada juga yang beranggapan bahwa media televisi tidak akan sepenuhnya mati karena berbagai kelebihan.

Di era digital ini, kemajuan teknologi juga melahirkan banyaknya sosial media

---

<sup>1</sup> <https://wearesocial.com/> (di akses pada 2 september 2022)

dengan fungsi dan kegunaannya masing-masing. Ada yang berbasis teks saja untuk menjadi alat komunikasi para penggunanya, bahkan ada yang berbasis *audio visual* yang dapat digunakan oleh para penggunanya. Dan salah satu yang paling banyak diminati adalah sosial media Youtube, yang memiliki basis yaitu *audio visual*. Sosial media yang muncul pada tanggal 14 Februari 2005, dan berpusat di San Mateo California Amerika ini memiliki banyak sekali daya tarik. Dimana kebebasan dalam menentukan konten yang akan dibuat di dalamnya tidak ada batasan waktu di dalam konten yang dibuat menjadi hal yang sangat disukai oleh banyak sekali perusahaan ataupun individu yang ingin berkreasi dan berpromosi menggunakan sosial media ini.

Kemampuan dari media online dalam menyebarkan berita secara gratis melalui *website* menjadikan informasi dapat tersampaikan dengan lebih cepat, efisien dan juga memiliki sifat *real time*. Apalagi Google memiliki fitur yang dapat dihubungkan ke Youtube untuk mendapatkan pemasukan berbentuk nominal uang dari video yang dipublikasikan ke Youtube. Strategi yang dapat dilakukan sebagai salah satu cara untuk menarik minat masyarakat untuk melihat dan menentukan respon terhadap produk perusahaan adalah dengan melalui iklan. Iklan bisa disebut sebagai tombak dari kegiatan pemasaran. Iklan menjadi media yang paling tepat memasarkan sebuah produk, dan apalagi saat ini sangat mudah sekali untuk beriklan ditengah perkembangan pesat teknologi dimasa sekarang ini. Sosial media sudah sangat berkembang pada masa sekarang ini dan salah satu sosial media yang banyak diminati orang untuk beriklan adalah Youtube.

Salah satu yang dilakukan oleh stasiun televisi adalah dengan mempublikasikan

video berbasis *streaming*. Dengan penerapan *streaming* ini dapat disaksikan kapan saja, dimana saja, selama memiliki koneksi internet yang baik. *Stream* (tayangan langsung yang ada di sosial media) dari bahasa Inggris yang memiliki arti sungai. Proses yang dilakukan dalam menonton video ini ibarat sungai yang mengalir dan tidak akan terputus kecuali sumbernya mengering. Jadi jika dalam proses menyaksikan video *streaming* kuota internet yang dimiliki penonton sudah habis, maka akan mengganggu jalannya proses *streaming*.

Teknologi *streaming* ini dulu belum begitu maju seperti sekarang. Ketika ingin menyaksikan sebuah video, harus dilakukan proses pengunduhan secara utuh untuk dapat disaksikan. Namun sekarang sudah dilakukan secara langsung tanpa harus diunduh terlebih dahulu. Proses *streaming* video ataupun audio dapat dilakukan dengan cepat dan sangatlah mudah, hanya dibutuhkan link yang memiliki akses layanan penyedia video *streaming*, maka video akan dengan mudah dapat dilihat secara *streaming*.

Youtube adalah salah satu tujuan untuk berbagai jenis rekaman secara *real time*. Klien dapat mengirim, melihat, dan menawarkan data dalam bentuk video. Dengan hanya memiliki akun yang terdaftar dengan akun *gmail*, pengguna dapat mengambil bagian dalam setiap sorotan di Youtube. Youtube mungkin adalah salah satu media sosial yang paling terkenal saat ini.

Youtube memiliki fitur komentar di setiap postingan video untuk menjadi tempat berinteraksi antara penonton dan juga pembuat video tersebut. Semua genre video ada di dalam situs Youtube. Mulai dari video anak-anak hingga tayangan Pelepas penat yang diperuntukkan bagi orang dewasa. Video yang menayangkan

tentang pendidikan juga tersaji untuk para pelajar. Bahkan sampai video tutorial untuk siapapun yang ingin belajar sesuatu.

Salah satu yang melakukan promosi menggunakan sosial media ini adalah Rajawali Televisi atau yang biasa disebut RTV. RTV merupakan salah satu televisi nasional yang mengedepankan unsur edukasi dan hiburan dalam setiap sajian programnya. Selain dapat disiarkan *free to air*, RTV juga dapat disaksikan melalui tv berlangganan ataupun melalui *live streaming*.<sup>2</sup> Mereka mempromosikan program akuisisi mereka yang cocok untuk disaksikan oleh semua umur melalui sosial media Youtube. RTV memanfaatkan fitur seperti video yang terdapat di beranda, hingga fitur terbaru yaitu *Youtube Shorts*. Dimana video dengan durasi pendek berisikan informasi dari program akuisisi yang akan tayang ataupun potongan dari program akuisisi dan di sunting ulang untuk menjadi terlihat lebih menarik guna menaikkan minat para penontonnya untuk melihat program akuisisi yang ada di RTV.

Program akuisisi sendiri merupakan program yang diambil alih hak siarnya untuk memiliki hak penuh dalam penyiaran disuatu wilayah ataupun negara. Dimana Rawajali Televisi menjalin kerja sama dengan sebuah perusahaan produksi asal jepang yaitu *Tsuburaya Production*. Bentuk kerja sama yang dilakukan adalah pengambilan hak siar oleh Rajawali Televisi terhadap series Ultraman untuk dapat disiarkan ke kanal Youtube yang dibuat oleh Rajawali Televisi dengan nama kanal yaitu Ultraman Indonesia RTV. *Tsuburaya Production* sendiri berdiri sejak 12

---

<sup>2</sup> <https://www.rtv.co.id/aboutus.php> (diakses pada 4 april 2022)

April 1963 dan didirikan oleh Eiji Tsuburaya.

Pemilihan program akuisisi Ultraman karena sudah memiliki lebih dari satu juta *subscriber* dan sudah memiliki masa nya sendiri khususnya di komunitas pecinta *Ultraman*. Karena itu untuk kanal Youtube *ultraman* sudah mendapatkan penghargaan berupa *Gold Play Button* dari Youtube sebagai bentuk apresiasi atas tercapainya satu juta *subscriber*. Ultraman sendiri memiliki basis penggemar yang banyak di Indonesia. Hal itu dapat dilihat dari jumlah *subscriber* dan *views* dari tiap tayangan yang didapatkan oleh Rajawali Televisi.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan dapat dirumuskan permasalahannya adalah bagaimana strategi iklan kanal youtube ultraman Indonesia RTV?

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini dibuat adalah untuk mengetahui bagaimana strategi iklan kanal youtube ultraman Indonesia RTV.

### **1.3 Manfaat atau Signifikansi Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan untuk pengembangan tentang bagaimana strategi dalam menghadapi persaingan yang ketat, khususnya dalam bidang teknologi sosial media yang sangat berkembang saat ini. Manfaat atau Signifikansi penelitian ini meliputi :

- a) Bagi perusahaan dapat mengetahui dampak positif dari penggunaan sosial media dalam hal promosi.

- b) Bagi perusahaan kompetitor lainnya yang belum ataupun akan menggunakan sosial media untuk menjadi sarana berpromosi dapat menyesuaikan dengan keadaan teknologi sosial media saat ini.
- c) Bagi peneliti selanjutnya dapat mengetahui bahwa penggunaan sosial media dimasa persaingan pasar teknologi ini sudah semakin kuat. Dengan semakin berkembangnya teknologi diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan tentang hal ini menjadi sebuah penelitian.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Berdasarkan dari penjelasan tentang permasalahan dan juga pembahasan yang akan dipaparkan dalam tiga bab. Pada awal bab terdapat sampul. Berikut adalah pembagian bab tersebut :

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

Dalam bab satu akan diuraikan alasan penulis mengapa memilih permasalahan ini untuk menjadi bahan pembahasan mulai dari latar belakang yang menjadi awal dari bab ini, lalu dilanjutkan dengan rumusan masalah, setelah itu tujuan penelitian, ada juga manfaat atau signifikansi penelitian sampai dengan sistematika penulisan.

##### **1.4.2 BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Di dalam bab ini akan diuraikan macam-macam teori yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, dan juga menjadi konsep dari penulisan skripsi ini. Uraian teori digunakan untuk menjadi bahan pembahasan dalam penelitian yang sedang diteliti.

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

Di dalam bab ini akan diuraikan dengan jelas tentang metode penelitian yang digunakan, informan penelitian, teknik pengolahan serta analisis data, dan juga memaparkan lokasi dan waktu penelitian yang dilaksanakan.

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

Bab ini mencakup subjek penelitian dan juga hasil dari penelitian beserta pembahasan.

### **1.4.5 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari rumusan masalah yang diangkat pada bab satu. Dan juga mengembangkan penelitian yang selanjutnya. Penulis berupaya untuk memberikan saran kepada pihak terkait dengan permasalahan yang dibahas di dalam penelitian ini.

