

BAB I

PENDAHULUAN

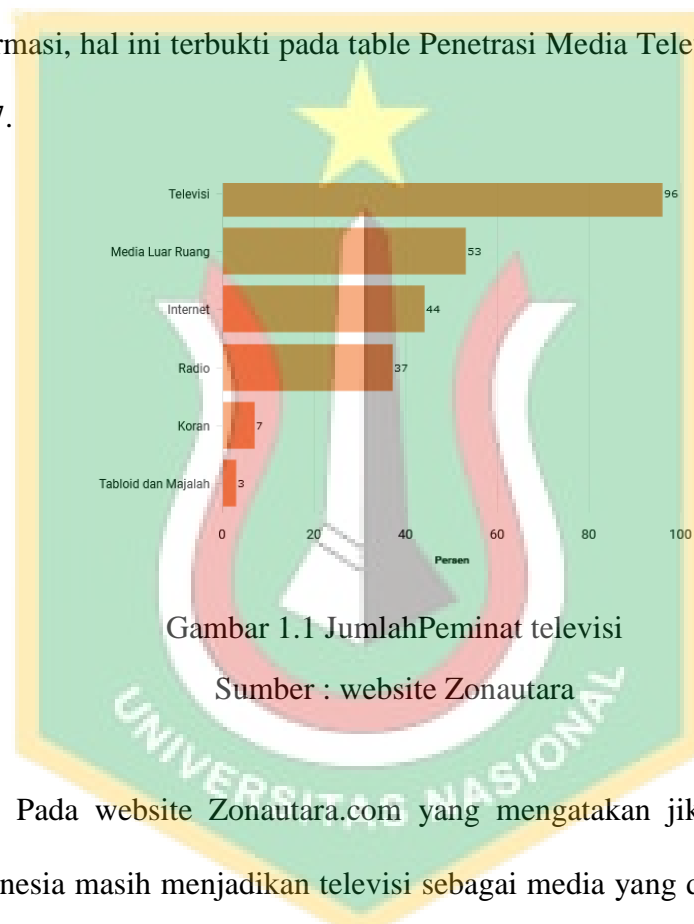
1.1. Latar Belakang

Pada zaman saat ini kita sudah memasuki di era globalisasi, yang dimana saat ini media massa sudah sangat berkembang dengan sangat cepat. Sehingga media massa sangatlah berperan penting di kehidupan manusia bahkan media berperan penting dalam perubahan pola tingkah laku seseorang. Saat ini manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang sudah sangat berkembang.

Disimpulkan saat ini semua orang dapat dengan mudah mengakses media masa dengan praktis dan cepat melalui media cetak, media onlien ataupun media elektronik. Media massa merupakan alat komunikasi yang memiliki nilai positif dimata khalayak karena mudah dipahami. Salah satu media massa yang mudah dipahami di kalangan masyarakat adalah media elektronik seperti televisi karena terdapat gambar dan suara.

Pada saat ini perkembangan media massa semakin kian terus berkembang sehingga menjadi kebutuhan sehari – hari bagi banyak masyarakat. Memberikan informasi yang aktual menjadi dasar yang harus dimiliki oleh semua stasiun pertelevisian dalam menyampaikan sebuah informasi kepada penontonnya. Dengan adanya informasi yang disampaikan ini manusia dapat mengetahui segala macam peristiwa yang terjadi di berbagai tempat.

Berdasarkan website (databoks.katadata.co.id) yang melakukan survey berdasarkan data Nielsen, televisi merupakan sarana media yang memiliki banyak peminatnya, televisi merupakan media terfavorit dikalangan usia, baik anak anak hingga orang tua. Televisi menduduki peringkat teratas, dilihat banyak peminatnya yang masih menggunakan televisi sebagai sumber informasi, hal ini terbukti pada table Penetrasi Media Televisi periode tahun 2017.

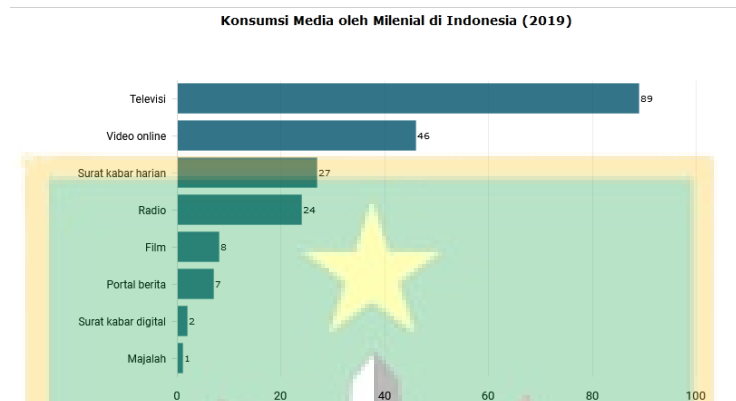


Gambar 1.1 Jumlah Peminat televisi

Sumber : website Zonautara

Pada website Zonautara.com yang mengatakan jika kaum milenial Indonesia masih menjadikan televisi sebagai media yang dikonsumsi paling banyak. Zona utara melihat data IDN *Research Institute* sebanyak 89% kaum milenial menonton televisi. Lalu menyusul video online seperti Youtube dan Instagram dengan 46%. Sementara itu, milenial lebih banyak membaca berita dan memperoleh informasi dari surat kabar harian (27%) dibandingkan portal berita *online* (7%), surat kabar digital (2%), maupun

majalah (1%).Radio juga masih menjadi sumber berita dan informasi (24%) dan film (8%).¹



Gambar 1.2 Jumlah Peminat televisi kaum milenial
Sumber : website Zonautara

Saat ini dapat dikatakan bahwa televisi telah mendominasi waktu senggang hampir semua orang. Hasil penelitian terhadap masyarakat Amerika menunjukkan bahwa hampir setiap orang di benua tersebut menghabiskan sekitar 6-7 jam seminggu di depan televisi pada malam hari. Sementara itu, di Indonesia pemakaian TV meningkat pada waktu libur sehingga melebihi delapan jam perharinya.²

Saat ini persaingan di pertelevisian kian semakin kompetitif karena sudah semakin banyak stasiun televisi lokal maupun nasional, sehingga harus membuat industri televisi harus memiliki ide untuk tampil kreatif agar

¹Zonautara, “Milenial Indonesia masih menonton televisi”
<https://zonautara.com/2020/01/17/milenial-indonesia-masih-menonton-televisi/> ,diakses pada 07 Oktober 2022 pukul 21.25

² Hafied Cangara, M.Sc, Edisi Ketiga *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Depok: Rajawali Pers 2018), hal.160

dapat menjadi peringkat yang terbaik dan menjadi televisi yang diterima dan disukai oleh para penonton. Sehingga secara tidak langsung televisi dituntut untuk memproduksi program yang baik. Dalam memproduksi program, peran *Research and Development* dalam dunia televisi juga penting.

Sebagai salah satu stasiun televisi yang berkembang pesat, iNews memiliki divisi *Research and Development* yang bertugas untuk mengawasi dan mengevaluasi isi siaran melalui analisis data. Tugas *Research and Development* adalah bertujuan untuk membantu kepada departement-departement, terkait hasil temuan-temuan data yang dilakukan oleh tim *Research and Development* untuk mengetahui jumlah rating dan share dari suatu program.

Untuk mengukur peringkat dalam dunia pertelevisian dapat diukur dari *rating* dan *share*. Head dan Christopher menjabarkan definisi *rating* adalah *a comparative estimate of set tuning in any given market*, yaitu perkiraan komparatif dari jumlah pesawat televisi yang sedang digunakan pada suatu wilayah. Sedangkan *Share* adalah angka yang menyatakan proporsi jumlah pemirsa suatu stasiun televisi dibanding jumlah keseluruhan pemirsa televisi.³

Melalui jumlah *rating* dan *share* dapat diketahui jumlah penonton yang sedang menonton program acara televisi tersebut. Maka jumlah *share* sangat penting untuk dijadikan tolak ukur jumlah penonton, untuk

³ Morrisson, M.A., *Manajemen Media Masa Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Prenamedia Group 2018), hal. 383

mengetahui jumlah banyak penontonya dalam suatu program acara itu dalam diminati masyarakat. Jika didalam suatu program acara memiliki jumlah *share* yang tinggi maka akan semakin banyak pemasangan iklan di program acara tersebut, karena di dalam dunia pertelevisian jika semakin banyak iklan, maka menunjukkan bahwa banyak yang menonton program acara tersebut. Begitupun sebaliknya jika di dalam suatu program memiliki *share* yang rendah membuat tidak cukup menarik dalam pemasangan iklan. Sampai saat ini di Indonesia hanya ada satu lembaga yang mengurus *rating* dan *share* televisi yaitu AGB Nielsen. Selama ini semua stasiun televisi menggunakan data *rating* dan *share* melalui data yang dikeluarkan oleh AGB Nielsen.⁴

Peneliti tertarik untuk meneliti di *iNews* karena *iNews* menjadi salah satu bagian dari 4 *Free To Air* (FTA) TV dibawah naungan MNC Media. *iNews* hadir sebagai TV nasional berjaringan yang berfokus pada informasi dan olahraga serta memiliki jaringan terbesar di Indonesia yang berada di 61 wilayah layanan. *iNews* secara berkesinambungan menawarkan baerbagai macam program referensi yang menarik, dan menyajikan suatu berita atau informasi yang menginspirasi yang berlimpah dengan bermacam konten dari lokal sampai ke internasional.

iNews menjadi stasiun televisi yang mengunggulkan program-program informasi dan olahraga yang cepat, akurat, informatif, mendidik serta menginspirasi. Untuk memperkuat keunggulannya, *iNews* didukung oleh

⁴ Citra Ratna Amelia “*Literasi media, upaya cerdas dalam mengkonsumsi tayangan televisi*, Vol 07, No 01 (Surakarta: Institut seni Indonesia 2015)

News Center dan News Gathering terbesar di Indonesia serta studio dengan teknologi tercanggih. *iNews* pertama kali diluncurkan pada tanggal 5 Maret 2008 dengan nama Sun TV. Siaran perdana SUN TV semula hanya dapat dilihat secara terestrial di beberapa jaringan televisi lokal di Indonesia serta melalui MNC Sky Vision. Sejak tanggal 26 September 2011, SUN TV berubah namanya menjadi SINDOTV yang merupakan perwujudan dari sinergi SINDO Media, bersama dengan SINDO Radio (Trijaya FM), Koran SINDO serta portal Sindonews.com. Kemudian pada tanggal 6 April 2015, SINDOTV berubah menjadi *iNews* TV yang merupakan singkatan dari Indonesia News Televisi. Pada tanggal 31 Oktober 2017, *iNews* TV berubah nama menjadi *iNews*.

Dengan didukung jaringan terbesar di Indonesia, *iNews* dipastikan akan mengangkat dan menonjolkan konten lokal dari masing-masing daerah. *iNews* menjadi basis media integrasi pemberitaan pertama di Indonesia bagi 4 TV nasional (RCTI, MNCTV, GTV, *iNews*). *iNews* merupakan salah satu televisi berita terbaik di Indonesia yang berjuang untuk menjadi posisi terdepan yang akan terus meningkatkan kualitas tayangan, menjadi TV informasi dan olahraga yang selalu dinantikan.⁵

Salah satu divisi yang berada di *iNews* adalah divisi *Research and Development*. Keberadaan *Research and Development* sangat dibutuhkan karena memiliki peran menganalisis program acara serta membantu meningkatkan *rating* dan *share* program acara yang ada di *iNews* agar

⁵ <https://tv.inews.id/about> diakses pada 7 Oktober 2022, pukul 21.55.

menghasilkan acara yang tidak hanya menarik melainkan disukai dan ingin ditonton masyarakat. *iNews* menyadari jika eksistensi di dunia televisi tidak bisa dipisahkan dari dinamika masyarakat. Maka dari itu *iNews* membuat bermacam program untuk menarik *audience* nya dengan membuat berbagai program seperti *News, Religion, Talkshow, Information, Entertainment*. *iNews* sendiri memiliki program *News* yaitu *iNews Pagi, iNews Siang, iNews Sore, iNews Malam, iNews Prime, iNews Room, iNews Room Weekend, iNews Reborn, New top Files, Special Report*. Sekian banyak program yang ditayangkan di televisi, salah satu program yang menarik untuk penulis teliti adalah program *iNews Room* karena *iNews Room* merupakan program baru yang diusung oleh stasiun televisi *iNews* pada 4 Januari 2021.

iNews Room memiliki arti makna ruang kerja redaksi tempat memperbarui informasi, *iNews Room* hadir sebagai ruang mendapatkan informasi yang baru, jujur dan terpercaya. Hal ini bertujuan agar penontonnya tidak tersesat ketika berada di ruang penuh seliweran berita hoaks. *iNews Room* merupakan salah satu program *iNews TV* yang berdurasi selama 60 menit dan terdiri dari 4 sampai 5 segmen dengan durasi 8 - 12 menit persegmentnya. *iNews Room* merupakan program yang tayang setiap hari Senin – Jumat secara *live* yang berlangsung mulai dari pukul 18.00 – 19.00 WIB. Program *iNews Room* menyajikan informasi yang ter

update, jujur dan terpercaya dan dibawakan oleh Abraham Silaban dan Anisha Dasuki sebagai Anchor iNews Room.⁶

iNews Room merupakan program acara yang masih terbilang baru dan dengan jumlah *rating and share* yang masih kecil. Dikarenakan *rating dan share* yang masih belum stabil karena merupakan program acara yang masih terbilang baru maka dari itu divisi *Research and Development* memperhatikan secara khusus program acara *iNews Room*. Dilihat dari data *rating dan share iNews Room* pada periode 2022 tanggal 1 Januari 2022 mendapatkan *rating 0,13 dan share 0,7* dari hasil pencapaian *rating dan share* ini dapat dikatakan kecil jika dibandingkan dengan program *iNews Prime* bisa mencapai *share sebesar 2,30 dan Rating 2,50*.⁷

Menyikapi fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Peran Divisi *Research And Development* Dalam Membantu Meningkatkan *Rating Dan Share* Program *Inews Room* Di Siaran Televisi *iNews*”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “ Bagaimana Peran Divisi *Research and Development* Dalam Membantu Meningkatkan *Rating and Share* Program *iNews Room* di Siaran Televisi *iNews*? ”

⁶ <https://nasional.sindonews.com/read/290748/15/inews-room-live-di-inews-dan-rti-senin-jumat-pukul-1800-ruang-baru-untuk-perbarui-informasi-1609826471> diakses pada tanggal 7 Oktober 2022 pukul 22.00

⁷ Dokumentasi *Research and Development*

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan sesuai dengan rumusan masalah yang sudah penulis jabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah “ Untuk Mengetahui Peran Divisi *Research and Development* Dalam Membantu Meningkatkan *Rating and Share* Program *iNews Room* di Siaran Televisi *iNews* ”

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

Penelitian ini sebagai bahan pustaka untuk penelitian selanjutnya khususnya bidang konsentrasi jurnalistik yang berminat ingin melakukan penelitian yang sejenis seperti yang penulis lakukan dan dijadikan perbandingan. Serta dapat membantu dan berkontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Kelak bermanfaat dan membantu penelitian berikutnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis dan juga dapat memberikan kontribusi dalam disiplin ilmu jurnalistik.

1.4.3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi lembaga televisi yang bersangkutan terutama pada bagian divisi *Research and Development* dalam meningkatkan *rating* dan *share* pada program siaran.

1.5. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan sistematika pembahasan diantaranya, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab satu ini terdapat lima sub bab. **Sub bab pertama** memaparkan tentang latar belakang penelitian penulis yang secara garis besar menggambarkan perkembangan media televisi.

Sub bab kedua, yakni berisikan bentuk uraian masalah dan perumusan mengenai bagaimana Peran Divisi *Research and Development* Dalam Membantu Meningkatkan *Rating and Share* Program *iNews Room* di Siaran Televisi iNews

Sub bab ketiga, yakni tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Ada pun tujuannya adalah untuk mengetahui Peran Divisi *Research and Development* Dalam Membantu Meningkatkan *Rating and Share* Program *iNews Room* di Siaran Televisi iNews.

Sub bab keempat, yakni manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Serta sub bab kelima, yakni sistematika penulisan yang menjelaskan susunan dari penelitian yang digarap oleh penulis.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan pemaparan yang terdiri dari empat sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis untuk dijadikan bahan referensi oleh penulis dalam menyusun penelitian, yang diambil dari beberapa mahasiswa dari perguruan tinggi yang berbeda.

Sub bab kedua, memaparkan beberapa konsep penelitian yang mencakup konsep Komunikasi Masa dan Divisi *Research and Development*.

Sub bab ketiga, memaparkan teori yang digunakan dalam penelitian yakni Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah, Hafied Cangara. Serta **sub bab keempat**, memaparkan

kerangka pemikiran dari penelitian yang digarap oleh penulis.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pemaparan delapan sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, adapun pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif deskriptif.

Sub bab kedua, memaparkan penentuan informan yang digunakan dalam penelitian sehingga tepat sasaran dan keakuratan data penelitian dapat dipertanggung jawabkan.

Sub bab ketiga, memaparkan objek penelitian yang penulis buat. Serta di **sub bab keempat**, penulis memaparkan objek yang ada dalam penelitian penulis.

Sub bab kelima, memaparkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yakni wawancara, dan dokumentasi.

Sub bab keenam, penulis memaparkan Teknik analisis data. **Sub bab ketujuh**,

memaparkan teknik keabsahan data. Di sini penulis menggunakan hasil triangulasi data dengan informan yaitu dengan membandingkan antara hasil wawancara dan hasil dokumentasi yang ada.

Serta pada **sub bab kedelapan**, penulis memaparkan lokasi dan jadwal penelitian yang dilakukan penulis.

BAB IV

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

Di dalam bab ini berisi pemaparan yang terdiri dari tiga sub bab. **Sub Bab pertama**, memaparkan seputar gambaran umum iNews yang meliputi sejarah terdirinya iNews, makna dari logo iNews, visi dan misi, serta struktur kepengurusan.

Sub bab kedua, memaparkan hasil penelitian berupa temuan data-data yang penulis peroleh selama melakukan penelitian. Serta sub bab ketiga, memaparkan pembahasan yang berupa hasil analisis penulis dari temuan-temuan yang telah didapatkan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi pemaparan yang terdiri dari dua sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan kesimpulan penulis dari keseluruhan hasil penelitian. Serta **sub bab kedua**, memaparkan saran penelitian yang ditujukan untuk iNews perlu dievaluasi guna meningkatkan program acara di iNews.

