

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa adalah proses pertukaran informasi, pandangan, dan perasaan yang dilakukan oleh pengirim pesan kepada sejumlah besar penerima pesan melalui media massa seperti surat kabar, televisi, radio, dan internet. Dalam komunikasi massa, pesan yang diterima oleh penerima umumnya sama dan dikirimkan kepada sejumlah besar orang pada saat yang sama.

Tujuannya bervariasi, mulai dari memberikan informasi dan hiburan, mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat, hingga mempromosikan produk atau layanan. Dalam hal ini, pengirim pesan biasanya memiliki agenda tertentu dan berusaha untuk mempengaruhi penerima pesan dengan memanipulasi informasi dan pesan yang disampaikan.

Komunikasi massa sangat penting bagi masyarakat karena memainkan peran besar dalam membentuk opini dan perilaku masyarakat. Namun, pengaruh negatif dari media massa juga tidak bisa diabaikan, seperti diseminasi informasi yang salah dan tidak akurat, pemaparan konten yang tidak sesuai dengan moral dan etika, dan manipulasi pesan oleh pengirim pesan untuk memenuhi tujuannya sendiri. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk menyaring informasi dan memahami bagaimana komunikasi massa mempengaruhi pemikiran dan perilaku mereka.

Pada media massa elektronik salah satunya adalah televisi, karena televisi dapat menyampaikan informasi secara efektif dan informasi yang diberikan sudah

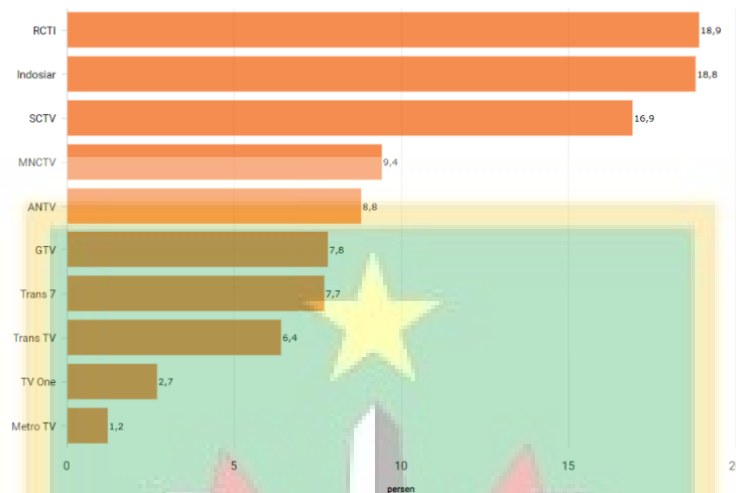
dikemas dengan baik sehingga mampu meminimalisir penyebaran *hoax*. Masyarakat cenderung memilih televisi sebagai salah satu sumber informasi untuk dikonsumsi setiap hari.

Pertumbuhan televisi di Indonesia telah pesat selama beberapa tahun terakhir. Ini disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk pertumbuhan ekonomi yang stabil, peningkatan pendapatan masyarakat, dan peningkatan aksesibilitas teknologi. Salah satu faktor utama yang memengaruhi pertumbuhan televisi di Indonesia adalah pertumbuhan ekonomi yang stabil. Peningkatan ekonomi menyebabkan peningkatan pendapatan masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan daya beli dan keinginan untuk memiliki televisi. Selain itu, perkembangan teknologi televisi juga telah membuat televisi menjadi lebih terjangkau bagi masyarakat Indonesia.

Pertumbuhan televisi di Indonesia juga didorong oleh peningkatan jumlah stasiun televisi yang tersedia. Pada saat ini, terdapat lebih dari 10 stasiun televisi nasional yang menjangkau seluruh wilayah Indonesia, serta banyak stasiun televisi lokal di setiap kota besar di Indonesia. Ini memberikan lebih banyak pilihan bagi pemirsa dan memungkinkan mereka untuk menonton program televisi yang lebih beragam. Selain itu, Indonesia juga telah menjadi pasar yang menarik bagi produsen televisi internasional. Banyak merek televisi internasional telah memasuki pasar Indonesia dan menawarkan produk-produk terbaru mereka dengan harga yang kompetitif.

Secara keseluruhan, pesatnya pertumbuhan televisi di Indonesia disebabkan oleh kombinasi faktor-faktor ekonomi, teknologi, dan persaingan pasar. Hal ini

telah menghasilkan pertumbuhan pasar televisi yang sehat dan semakin berkembang di Indonesia.



Gambar 1. 1 1 Jumlah Penonton Terbesar (Juni 2022)

Sumber Databoks.com

Menurut data dikutip dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek), RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jumlah penonton terbanyak dalam periode Mei-Juni 2022. Dan MNC TV menduduki peringkat empat dalam jumlah penonton terbanyak setelah SCTV dengan jumlah 9,4%.¹

Undang-Undang Pers di Indonesia adalah peraturan hukum yang mengatur tentang kebebasan pers dan hak untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Undang-Undang Pers yang berlaku di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, yang kemudian diubah oleh Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/stasiun-tv-indonesia-dengan-penonton-terbanyak-siapa-juaranya> diakses pada 13 Desember 2022.

Beberapa hal yang diatur dalam Undang-Undang Pers di Indonesia antara lain:

1. Pers memiliki kebebasan untuk mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan informasi sesuai dengan prinsip kebenaran dan kewajaran.
2. Pers memiliki kewajiban untuk menghormati hak asasi manusia, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia, serta mempertahankan kedaulatan negara dan kesatuan bangsa.
3. Pers harus memperoleh informasi dari sumber yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan.
4. Pers harus menjunjung tinggi etika jurnalistik dan tidak melakukan pelanggaran seperti penyebaran berita palsu, pencemaran nama baik, atau pelecehan.
5. Undang-Undang Pers memberikan perlindungan bagi wartawan yang melakukan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku.
6. Undang-Undang Pers juga membentuk Dewan Pers yang bertugas untuk memberikan saran dan pengawasan terhadap pelaksanaan Undang-Undang Pers.

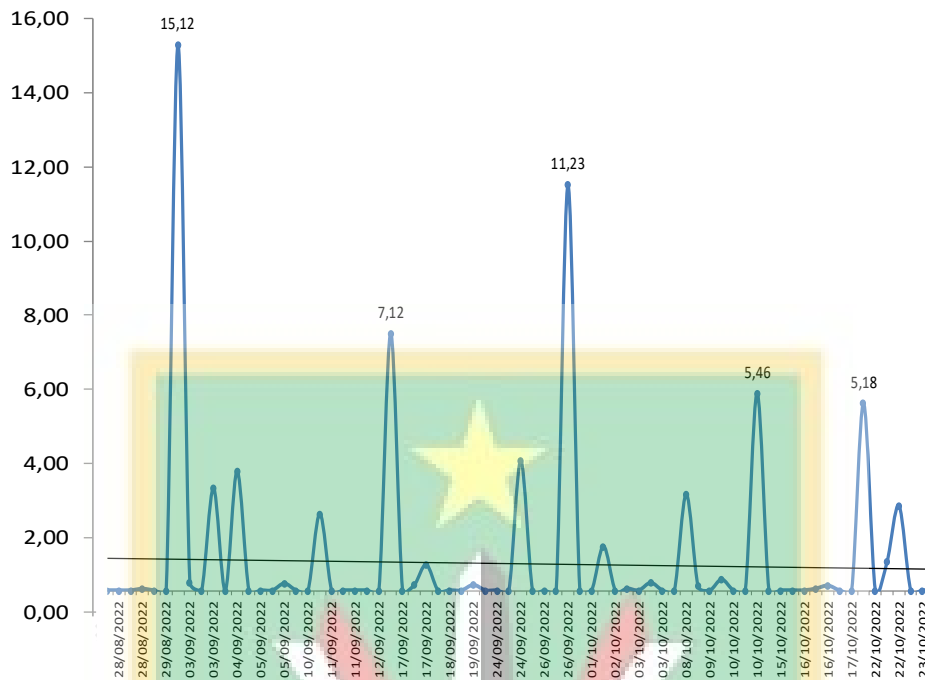
Undang-Undang Pers di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kebebasan pers dan memberikan perlindungan bagi wartawan. Namun, dalam praktiknya masih terdapat tantangan dan permasalahan terkait dengan pelaksanaan Undang-Undang Pers yang perlu terus diperbaiki.

Baik televisi nasional atau televisi lokal keduanya berkembang dengan baik, dapat didukung kebenarannya karena semakin banyak stasiun televisi nasional maupun televisi lokal. Televisi tak hanya menjadi sarana informasi, tetapi juga menjadi sarana hiburan bagi pemirsa. Seperti halnya MNCTV selain bekerja sama dengan RCTI dan GTV sebagai MNC GROUP, MNCTV memiliki media program informasi berita melalui iNews TV. Selain itu sebagai media informasi dan berita, MNCTV juga memiliki berbagai macam program hiburan bernama Top 10, Daily lifestyle dan Today's Special.

Salah satu program MNC TV yang cukup digemari yaitu Today's Special, Today's Special merupakan program acara MNCTV yang cukup diminati oleh para konsumen baik itu ibu-ibu hingga anak muda, karena Today's Special memiliki daya tarik tersendiri, Acara Program ini sangat menarik karena selain membahas tentang sajian makanan khas yang ada di nusantara.

Program Today's Special juga membahas makanan *western, Chinese food, Korean food, Japan food* baik dari makanan utama, minuman hingga *Dessert*, selain membahas makanan yang cocok untuk *breakfast, lunch*, dan *vancy dinner*. Pemirsa juga diberi kesempatan untuk mengetahui bahan dan resep apa saja untuk membuat makanan yang akan dibuat mulai dari awal pembuatan hingga *finishing*, hal ini membuat para ibu-ibu pemirsa sangat menantikan acara program ini.

Today's Special juga tidak terlepas dalam memilih estetika, pemilihan tempat *restaurant* atau *cafe* untuk melakukan sebuah produksi, program ini tidak hanya berfokus di restoran Hotel berbintang, namun hingga *cafe-cafe* yang murah dengan *design* kekinian yang cocok untuk anak muda kunjungi.



Gambar 1. 2 Data Program *Performance Today's Special*

Sumber: Nielsen – Media

Pertanggal 28 Agustus 2022 jumlah penonton pada program Today's Special memiliki grafik data yang tidak tetap atau jumlah penonton yang meningkat kemudian kembali dengan jumlah penonton yang menurun, grafik data tersebut berlangsung hingga tanggal 23 Oktober 2022. Di mana awal jumlah penonton pada program Today's Special yang sangat sedikit, kemudian di tanggal 29 Agustus memiliki jumlah penonton hampir 95% banyaknya dibandingkan dengan hari atau tanggal jumlah penonton sebelumnya. Melihat data grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa program Today's Special masih memiliki jumlah penonton yang tidak tetap.²

² Nielsen – Media, Programming Division MNC Channel. *Data Program Performance Today's Special*.

Mengingat bahwa di zaman milenial ini pembeli bukan hanya membayar untuk mencari tempat makan, namun juga tempat yang cocok untuk berswafoto sambil berbincang santai dengan kerabatnya, hal ini yang membedakan dan cukup menonjol acara program Today's Special dengan program acara lainnya.

Acara program Today's Special selain merupakan acara program yang dapat memberikan edukasi tentang cara membuat makanan dan minuman, program ini juga dapat memberikan informasi mengenai tempat wisata kuliner yang *instagramable* selain itu program ini juga memperkenalkan kepada khalayak dengan *chef* serta pemilik dari restoran.

Namun terlepas dari keseruan program acara Today's Special, stasiun televisi mulai terancam dalam mempertahankan jumlah penonton, karena perkembangan zaman yang semakin mempermudah para khalayak dalam menerima sebuah informasi dengan kehadiran media sosial.

Maka peran manajemen dalam Program Today's Special diperlukan sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan pesaing lain dalam meningkatkan jumlah penonton. Sehingga hal ini membuat stasiun televisi harus berfikir lebih keras dan merencanakan cara untuk tetap seimbang dalam menyalurkan program televisi tanpa harus memikirkan ancaman kehadiran media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Pengelolaan Program Today's Special di MNCTV dalam meningkatkan penonton?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan Program Today's Special di MNCTV dalam meningkatkan penonton.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan ilmu bagi pembaca mengenai proses dibalik penayangan sebuah program televisi terutama MNCTV.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan guna mengembangkan teori, ilmu komunikasi, jurnalistik dan juga model dari analisis produksi itu sendiri. Tak hanya itu, penelitian ini juga berguna untuk menambah jumlah penelitian pengelolaan produksi.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisikan beberapa sub bab diantaranya adalah latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan tinjauan teori yang melandasi pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini, penulis akan menjelaskan pembahasan dari penelitian yang dilakukan. Penulis akan menjelaskan dengan

beberapa sub bab, yang berisikan gambaran umum dari perusahaan yang dijadikan sebagai subjek penelitian, sejarah singkat penelitian, struktur redaksi yang ada pada perusahaan yang dijadikan subjek penelitian. Selain itu, pada Bab IV juga terdapat Pengelolaan Program Today's Special di MNC TV dalam Meningkatkan Penonton.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir dalam penelitian ini, penulis menjelaskan semua keseluruhan kesimpulan dan juga saran yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan untuk menjawab dari rumusan masalah yang telah ditentukan, untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan Program Today's Special di MNC TV Dalam Meningkatkan Penonton.