

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Media massa merupakan sarana atau alat yang dipakai dalam melakukan proses komunikasi massa. Media yang menjadi alat komunikasi dalam menyampaikan pesan atau berita kepada masyarakat salah satunya televisi. Televisi adalah salah satu media massa yang paling kuat dan efektif dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan pesan kepada audiens yang luas. Sebagai media massa, televisi memiliki cakupan yang luas dan dapat mencapai ribuan hingga jutaan penonton dalam satu waktu. Dengan cakupan yang luas dan kemampuannya untuk menyajikan informasi dalam bentuk audio-visual, televisi masih menjadi salah satu media massa yang paling berpengaruh, untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Di era kemajuan teknologi saat ini, tidak sedikit televisi swasta yang terus berkembang hal ini disiapkan untuk menghadapi persaingan industri yang semakin meningkat. Pada program acara berita merupakan salah satu program unggulan di setiap stasiun televisi. Stasiun televisi secara umum mempunyai format dan cara penyajian yang menarik. Terdapat berbagai program acara dalam televisi seperti *entertainment*, olahraga, seni budaya, *news*. Dengan beragam acara televisi membawa penonton untuk memilih stasiun televisi mana dan ada acara apa saja yang diminati. Dengan pemilhan acara membuat pemirsa televisi mempunyai selera yang lebih jelas dibandingkan dengan media radio dan cetak. Peminat yang bermacam-macam membuat program acara TV yaitu sebagai media massa

elektronik yang dinikmati secara personal. Siaran TV di Indonesia selalu menjadi momen yang ditunggu – tunggu dengan berbagai sajian acara yang menarik.

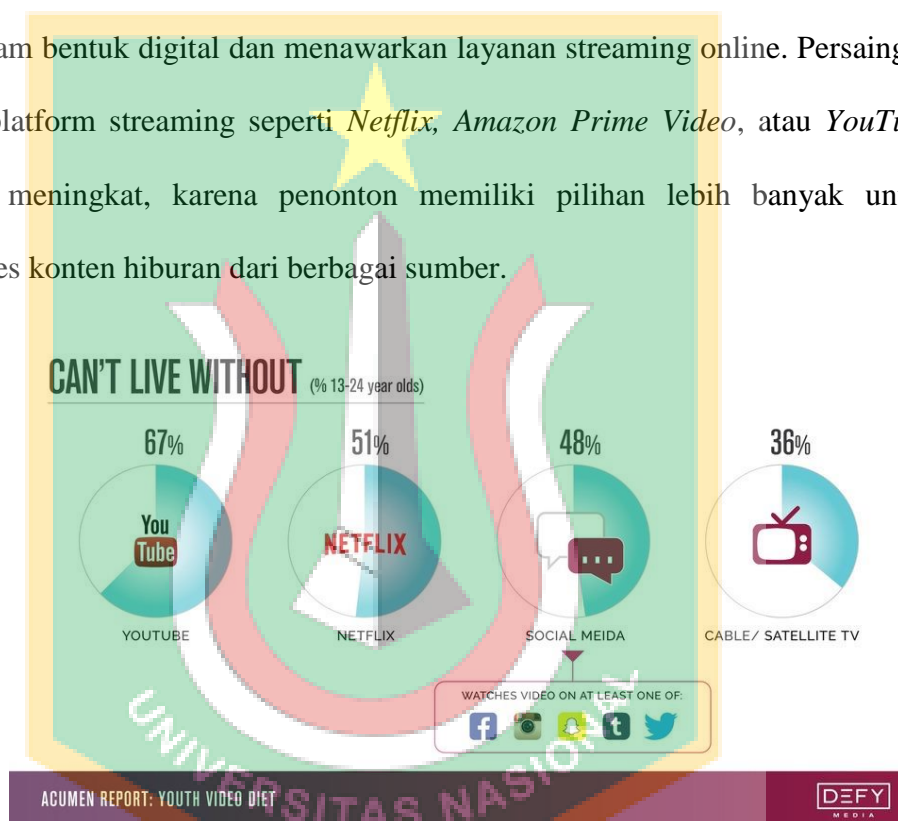
Hal ini tentu saja akan menciptakan persaingan antara stasiun televisi dalam menciptakan sebuah program acara yang bermanfaat serta menarik perhatian publik. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan stasiun televisi dituntut harus mampu mempertahankan dan menjaga kualitas program acara yang disiarkannya. Selain itu, manajemen redaksi harus mampu menyampaikan strategi dan keunggulan yang dimilikinya dalam proses memproduksi sebuah program. Hal tersebut penting untuk dikemas semenarik mungkin untuk menarik minat penonton mengingat persaingan antar stasiun televisi sangatlah ketat. Persaingan antara stasiun televisi merupakan fenomena yang menarik dan kompleks dalam industri media. Seiring berkembangnya teknologi dan perubahan tren konsumsi media, persaingan di antara televisi semakin ketat dan dinamis. Dalam upaya memperebutkan pangsa pasar dan perhatian penonton, setiap stasiun televisi berusaha untuk menawarkan program-program yang menarik dan berkualitas, serta menghadirkan inovasi teknologi dalam penyiaran.

Salah satu faktor utama yang menjadi sumber persaingan adalah audien atau penonton. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba untuk menarik jumlah penonton yang lebih besar karena hal ini berpengaruh pada rating atau indeks kepopuleran mereka. Rating yang tinggi berarti stasiun televisi tersebut lebih menarik bagi pengiklan, sehingga mereka dapat menarik pendapatan iklan yang lebih tinggi.

Agresivitas dalam mencari dan mempertahankan talenta kreatif juga menjadi aspek penting dalam persaingan televisi. Stasiun televisi berusaha untuk

menghadirkan acara atau program dengan konten yang unik dan menarik, serta presenter atau selebriti yang populer untuk menarik minat penonton. Kreativitas dan keunikan program menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Perkembangan teknologi, khususnya internet dan platform streaming, juga mempengaruhi persaingan dalam industri televisi. Banyak stasiun televisi sekarang hadir dalam bentuk digital dan menawarkan layanan streaming online. Persaingan dengan platform streaming seperti *Netflix*, *Amazon Prime Video*, atau *YouTube* semakin meningkat, karena penonton memiliki pilihan lebih banyak untuk mengakses konten hiburan dari berbagai sumber.



Gambar 1. 1 Grafik Konsumsi (Umur 13-24)

Sumber : Defy Media

Grafik tersebut berisikan data grafik konsumsi video, sebanyak 54 partisipan dipilih untuk mengisi catatan harian selama 14 hari yang memuat detail mengenai video yang mereka tonton setiap hari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pendapat dan kebiasaan mereka dalam menonton video. Dari 54 partisipan tersebut, sebanyak 27 di antaranya menjalani wawancara pribadi, yang

kemudian diikuti oleh survei online melibatkan 1.300 responden berusia antara 13 hingga 24 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube tetap menjadi platform dominan dalam menonton video dengan mencatatkan persentase 85% dari total responden. Sementara itu, Netflix menempati posisi kedua dengan pangsa 66%, disusul oleh TV dengan pangsa 62% di posisi ketiga. Facebook menduduki posisi keempat dengan pangsa 53%.

Selain itu, persaingan juga terjadi dalam mencari hak siar untuk acara olahraga atau program-program unggulan. Acara-acara populer seperti pertandingan sepak bola, Olimpiade, atau acara-acara besar lainnya sering menjadi magnet untuk menarik penonton. Stasiun televisi berlomba-lomba untuk mendapatkan hak siar eksklusif agar dapat menarik penonton dan meningkatkan reputasi mereka sebagai stasiun yang menghadirkan acara berkualitas tinggi. Dalam menghadapi persaingan ini, stasiun televisi juga harus memperhatikan aspek finansial dan bisnis secara cermat. Pengelolaan keuangan yang baik dan strategi bisnis yang tepat menjadi kunci untuk tetap bersaing secara berkelanjutan dalam industri yang sangat dinamis ini.

Dalam keseluruhan, persaingan di antara televisi mencerminkan bagaimana industri media beradaptasi dengan perubahan dan tuntutan pasar serta teknologi. Penonton menjadi pusat dari persaingan ini, dan inovasi, kreativitas, dan strategi bisnis yang cerdas menjadi faktor krusial untuk meraih kesuksesan dalam arena persaingan yang kompetitif ini. Salah satu stasiun Televisi swasta yang sedang berkembang adalah MNC. Stasiun Televisi MNC tergabung dalam MNC Group,

yang didalamnya gabungan dari beberapa stasiun Televisi swasta RCTI, GTV dan INews.

MNC Media adalah media terbesar se-Asia Tenggara yang berada dalam naungan MNC Group. Salah satu unit bisnis MNC Media adalah MNC Channels yang beroperasi sebagai konten channel dalam industri televisi berbayar di Indonesia. Kehadirannya dapat disaksikan melalui platform Indovision. Untuk menyajikan siaran secara universal dan terbaik, MNC Channels senantiasa mengembangkan salurannya dari waktu ke waktu.

Dengan menampilkan berbagai saluran yang menyiarkan program – program dengan berbagai segmentasi sesuai dengan kebutuhan penonton. Tujuannya juga untuk mempertimbangkan kepentingan pihak sponsor dalam memasarkan produk dan jasa sehingga lebih terarah pada target khalayak yang dituju. Menyuguhkan *One Stop Entertainment*, MNC Channels berkomitmen untuk menjadi pilihan utama keluarga dalam memperoleh tayangan televisi yang seru dan bermanfaat.

MNC Channel terus memberikan tayangan terbaiknya dengan menerbitkan channel-channel baru yang menarik dan berkualitas. Dalam kurun waktu yang relatif singkat, secara umum MNC Channel berhasil meraih peringkat gemilang dalam kompetisi pertelevisian pay tv Indonesia berdasarkan survey *AC Nielsen Media Research*. MNC Channel terus berkembang dan meningkatkan kualitas tayangannya dengan cara terus berkarya untuk menciptakan karya – karya yang optimal, memenuhi kebutuhan masyarakat secara lebih spesifik dan mendalam, serta menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia di mata dunia.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, MNC Group memaksimalkan tayangannya dengan menyentuh teknologi Saluran Televisi Berlangganan dengan nama MNC Channels. Saluran-saluran MNC Channels dapat disaksikan melalui platform MNC Vision, MNC Play, K-Vision dan siaran daring di RCTI+ dan Vision+. Sejak tahun 2019, MNC Channels dipegang oleh MNC Vision Network yang merupakan anak perusahaan dari MNC Group.

MNCTV sendiri memiliki berbagai jenis program mulai dari program religi, reality show, sinetron dan juga program tayangan keluarga. Selain itu MNCTV memiliki program-program yang melahirkan bintang – bintang baru lahir ke dunia hiburan diantaranya KDI, Road To Kilau Raya dan Rising Star Indonesia Dangdut.

Pada awal tahun 2012, MNC Channels meluncurkan kanal - kanal, yang layak beroperasi 24 jam nonstop<sup>1</sup>. Kanal-kanal ini meliputi Life, MNC Muslim, MNC Sports 1, MNC Sports 2, MNC Comedy, MNC Drama, MNC Movie, MNC Fashion, MNC Infotainment dan Golf Channel. MNC juga merencanakan akan meluncurkan kanal lain yaitu MNC Food & Travel, MNC Kids, MNC Wedding, MNC Teens, MNC Homes & Living dan MNC Health.

Terdapat dua kanal olahraga dalam lingkup MNC Channels, yaitu MNC Sports 1 yang menayangkan acara olahraga luar negeri seperti bola voli, basket, tenis meja, tenis, balap, tinju dan martial arts, sedangkan MNC Sports 2 menayangkan acara sepak bola seperti pertandingan (baik siaran langsung atau tayang ulang), *highlights* dan informasi. Pada tanggal 15 September 2015, *Soccer Channel* diluncurkan sebagai pengganti MNC Sports 1, dan MNC Sports 2 berubah

---

<sup>1</sup> [https://profilbaru.com/MNC\\_Channels](https://profilbaru.com/MNC_Channels) (diakses pada 27 juni 2023)

nama menjadi hanya *MNC Sports* saja<sup>2</sup>. Saluran ini tetap menyiarkan sepak bola, termasuk Piala Eropa 2016 (yang juga ditayangkan oleh RCTI dan MNCTV).

Selain menyehatkan tubuh, olahraga juga menjadi salah satu hiburan masyarakat. Selain ikut dalam permainan atau berolahraga, menonton tayangan olahraga juga sebagai sarana rekreasi sebagian orang. Antusias yang besar dengan beberapa cabang olahraga membuat orang rela untuk menyaksikan pertandingan demi pertandingan agar tidak kehilangan moment berharga. Sehingga program tayangan sport masih menjadi salah satu program unggulan setiap stasiun televisi.

*MNC Sport* merupakan salah satu program acara unggulan yang ditayangkan oleh *MNC Channels*. Setiap tayangannya selalu mendapat banyak antusias yang besar dari para penonton dirumah. *MNC Sport* merupakan salah satu program tayangan televisi yang mampu memberikan tayangan olahraga yang berkualitas dan juga informatif. Sehingga *MNC Sport* sering kali menjadi pilihan terbaik untuk menonton tayangan olahraga.

Salah satu program di *MNC Sports* yaitu *Sport Today*, program olahraga ini menayangkan berita ter update dari kalangan cabang olahraga apapun seperti, basket, motogp, futsal, tim sepak bola dalam negeri maupun luar negeri, formula e, badminton, dan tinju. Dimana nantinya berita itu dikemas menjadi video yang berdurasi 2 sampai 3 menit. Selain berita cabang olahraga *Sport Today* juga menayangkan siaran langsung pertandingan olahraga seperti *SEA Games*, *Asean Paragames* dan pertandingan olahraga lainnya.

---

<sup>2</sup> [https://profilbaru.com/MNC\\_Channels](https://profilbaru.com/MNC_Channels) ( diakses pada 27 Juni 2023)

*Sport today* adalah salah satu program sport unggulan dari MNC *Sport*, karena berhasil menyajikan berita seputar olahraga yang informative, edukatif dan berkualitas. Berita seputar olahraga diperoleh dari fenomena – fenomena terbaru mengenai atlet, pertandingan terbaru dan info – info menarik lainnya. Kemudian, MNC *Sport* juga menyiarkan pertandingan secara langsung pertandingan dari berbagai macam cabang olahraga dari studio dan lokasi pertandingan.

Untuk mendapatkan rating dan share yang tinggi serta program yang menarik minat penonton, MNC *Sports 2* memiliki tim redaksi untuk mengatur strategi manajemen yang baik. Tim redaksi adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh sebuah media. Tim redaksi terdiri dari pemimpin redaksi dalam MNC *Sports 2* yaitu *Eksekutif Produser* yang bertugas sebagai orang yang bertanggung jawab kepada pekerjaan dan aktivitas di keredaksian sehari-hari. Selanjutnya adalah redaktur pelaksana dalam MNC *Sports 2* yaitu Produser yang dibentuk untuk membantu pemimpin redaksi melaksanakan tugas-tugas keredaksiannya. Kemudian redaktur dalam MNC *sports 2* merangkap Asisten produksi yang bertugas membuat berita berdasarkan perintah dari *Associate Produser*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui strategi manajemen tim redaksi MNC *Sports 2* pada program acara *Sport Today* dengan penelitian berjudul Strategi Manajemen Redaksi *Sport Today* MNC Channel Dalam Pemberitaan Untuk Menarik Minat Penonton. Penulis menggunakan teori manajemen terry untuk melihat bagaimana proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam tim redaksi *Sport Today* untuk menarik minat penonton.



## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Strategi Manajemen Redaksi MNC *Sport* Untuk Menarik Minat Penonton?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Manajemen Redaksi *Sport* Today MNC Channel Untuk Menarik Minat Penonton

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui mengenai strategi tim redaksi sport today dalam menarik minat penonton yang dapat bermanfaat baik bagi masyarakat, dan mahasiswa ilmu komunikasi jurnalistik. Sehingga dalam penelitian ini dapat menambah wawasan serta mengetahui lebih dalam mengenai pemberitaan olahraga.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dibuat agar menambah pengetahuan dan memberikan gambaran terkait bagaimana strategi yang dilakukan tim redaksi MNC *Sport* dalam menarik minat penonton pada pemberitaan olahraga. Sehingga manfaat ini yang nantinya dapat digunakan oleh pihak perusahaan MNC CHANNEL dalam mengelola berita.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian adalah struktur atau susunan yang digunakan untuk menyajikan laporan hasil penelitian secara terstruktur dan

sistematis. Sistematika ini membantu pembaca untuk memahami secara jelas dan ringkas tentang apa yang diteliti, bagaimana penelitian dilakukan, dan apa hasil dan kesimpulan yang diperoleh. Penyajian penulisan proposal ini dibagi dalam beberapa bab dengan tujuan untuk mempermudah pencarian informasi yang dibutuhkan. Pembagian bab tersebut sebagai berikut :

#### **BAB 1**

##### **PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini penulis membahas mengenai Strategi tim redaksi sport today MNC Channel dalam menarik minat penonton. Pendahuluan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II**

##### **KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab kajian pustaka ini penulis akan membahas mengenai teori yang digunakan seperti teori manajemen yang dikemukakan oleh George Robert Terry dan konsep-konsep yang relevan tentang strategi tim redaksi *Sport Today* MNC Channel dalam menarik minat penonton terdiri dari strategi, redaksi, program olahraga, minat penonton. Untuk melakukan penelitian kajian pustaka terdiri dari penelitian terdahulu, teori manajemen dan kerangka pemikiran.

#### **BAB III**

##### **METEDOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis membahas tentang metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian. Pada metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif paradigma konstruktivis maka di

bab ini terdiri dari metode penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data serta lokasi jadwal penelitian.

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

Dalam bab hasil dan pembahasan dalam penelitian ini penulis membahas mengenai isi hasil penelitian dari strategi tim redaksi sport today dalam menarik minat penonton. Diawali dari gambaran umum atau profil perusahaan, sejarah singkat, visi dan misi dilanjutkan dengan menggambarkan hasil observasi lapangan. Selanjutnya pembahasan berisikan analisis mendalam terhadap persoalan yang menjadi fokus dalam karya ilmiah, serta temuan data yang diperoleh dari hasil penelitian penulis.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dan sarandari hasil penelitian yang sudah diperoleh yang menjadi fous permasalahan dalam penelitian ini,bedasarkandari hasil dan pembahasan penelitian penulis.