

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peran media sangat penting dalam masyarakat Indonesia yang terus berkembang. Berbagai media, baik cetak maupun elektronik terus berkembang seiring dengan timbulnya perubahan-perubahan dalam masyarakat. Dominick (2005) menandakan, bahwa media memainkan peranan penting sebagai sumber informasi, mencari hiburan, tempat berkembangnya wacana, saluran komunikasi antar kelompok, hingga menyediakan forum untuk berdialog, dapat disediakan oleh media dewasa ini. Tidak hanya itu, Zakbah (1997) menandakan, bahwa perkembangan media massa khususnya televisi memiliki arti penting bagi masyarakat perkotaan maupun pedesaan karena dapat menambah pengetahuan yang meliputi bidang sosial, politik, ekonomi, budaya dan ketahanan nasional.

Sebagai pengawal perkembangan masyarakat, tentu media termasuk televisi dituntut untuk terus-menerus bersinergi dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat yang dinamis. Berbagai perubahan dalam konteks sosial politik dan ekonomi harus direspon media agar tetap bisa eksis, baik sebagai lembaga pers maupun sebagai lembaga bisnis. Sementara itu televisi sebagai lembaga pers yang memiliki aspek idiiil, harus bijak menyikapi pembaharuan budaya, motivasi dan orientasi yang ada dalam dinamika masyarakatnya. Hal ini sangat berbeda bila kita melihat pada media televisi misal di rusia. Yang hingga saat ini masih harus menyuarakan kepentingan Pemerintah(Romanova, 2013). Di Indonesia, televisi harus terus berupaya untuk menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan tersebut sebagai upaya pelayanan pada publik. Berbagai perkembangan baru teknologi terus diadaptasi media untuk memaksimalkan kinerjanya melayani masyarakat. Bila dilihat, masyarakat sebagai audience kini semakin aktif di mana masyarakat semakin dimudahkan untuk dapat memberikan respon sebagai upaya memberikan umpan balik agar media bisa semakin memahami audience dan bisa terus memperbaiki kualitasnya. (Littlejohn, 2002).

Ditambahkannya, beberapa contoh teknologi komunikasi seperti *video streaming*, *telepone interaktif*, respon masyarakat *commit to user* melalui sms, bahkan sosial media seperti *yahoo*

messenger, twitter, facebook dan cetak jarak jauh, merupakan contoh nyata bagaimana faktor aktualitas berita, kecepatan seara informasi dan keterlibatan dengan masyarakat dapat lebih ditingkatkan. Bahkan dalam interaktif TV, masyarakat dapat ikut ambil bagian dalam proses social, sebagaimana fungsi televisi sebagai alat kontrol sosial (Berezhnaya, 2013). Melalui proses adaptasi semacam ini, maka niscaya merupakan suatu pertanda bahwa media merupakan mitra masyarakat yang diharapkan dapat turut memperbaiki perikehidupan masyarakat secara luas. Artinya meskipun tumbuh berbagai media baru semacam internet dan media social, adaptasi kepada media baru itu tidak lantas membuat media konvensional seperti televisi ditinggalkan penontonnya .

Hal ini selanjutnya menjadi suatu tuntutan oleh masyarakat kepada media, agar dalam menjalankan fungsi-fungsinya media hendaknya selalu berorientasi kepada masyarakat. Dengan pengertian bahwa media selanjutnya harus selalu memiliki pengertian untuk dapat memberikan pelayanan dan memiliki kedekatan kepada masyarakat. Hal ini amat penting mengingat kelangsungan hidup media sesungguhnya amat bergantung pada masyarakat sebagai konsumennya. Hal ini tidak mesti berarti orientasi kepada masyarakat lalu seolah-olah hanya memikirkan aspek pasar yang sifatnya melulu komersil. Namun lebih pada pengertian mengembalikan fungsi media pada perannya yang pokok yaitu sarana komunikasi antara media dengan khalayak (Oetama,2001).

Mengembalikan fungsi utama media sebagai sarana komunikasi dengan aspek-aspeknya yang kompleks tentu tidak mudah. Seperti yang telah diungkapkan di atas, berbagai adaptasi perlu dilakukan terus menerus. . Operasional televisi memerlukan daya dukung biaya dimana hal ini hanya bisa dipenuhi apabila suatu media televisi memiliki banyak penonton yang membuat sisi komersial dapat berjalan. Artinya, bila suatu media televisi gagal melakukan fungsi komersial ini, maka dapat dipastikan media tersebut tidak akan berhasil bertahan hidup, akan ditinggalkan dan akhirnya mati karena tidak mendapatkan daya dukung dari masyarakat. Salah satu media yang menjadi perhatian penulis saat ini adalah televisi lokal.

Fenomena maraknya pertumbuhan televisi lokal di berbagai daerah merupakan dampak dari terbitnya UU No. 32 /Tahun 2002. Undang-undang ini berisi kebijakan mengenai

desentralisasi penyiaran dimana masyarakat daerah diberi kesempatan untuk mendirikan lembaga penyiaran yang sesuai dengan watak, adat, budaya dan tatanan nilai norma setempat. Lalu tumbuhlah banyak televisi lokal yang marak tumbuh di berbagai daerah.

Djukan (2011) menyatakan keberadaan media penyiaran lokal sangat bermanfaat bagi pemerintah daerah dalam konteks pembangunan baik di bidang sosial, ekonomi, politik maupun budaya. Artinya televisi lokal menjadi bagian penting dari pembangunan mengingat kesesuaian pesan yang disampaikan dalam siaran-siarannya dengan watak, adat, budaya dan tatanan nilai norma masyarakat penontonnya. Dalam beberapa konteks bahkan acara talk show bisa merupakan media perjuangan di mana beragam nilai diperjuangkan (Wahab, 2011). Zakbah (1997) mengisyaratkan bahwa keberadaan media massa lokal ini sangat penting dalam kehidupan masyarakat setempat karena dapat mempengaruhi irama kehidupan sosial dan menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat terutama sebagai sumber pesan yang bermanfaat untuk menghadapi lingkungan luas. Bila dilihat dari tujuan dan maksud dari didirikannya televisi lokal, dapat kita lihat adanya satu idealisme yang kuat. Artinya tujuan didirikannya media lokal memang baik dan ideal. Tetapi apakah dalam perkembangannya, tujuan tersebut dapat dicapai oleh televisi lokal dan siaran-siaran televisi lokal dapat diterima dengan baik oleh khalayak penontonnya?

Salah satunya adalah di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah yang memiliki stasiun televisi lokal, yakni Banyumas TV atau BMS TV. Jangkauan siarannya sampai saat ini sudah menjangkau wilayah Barlingmascakeb (Kab. Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen) bahkan sampai ke Kabupaten Wonosobo dan sebagian Kabupaten Pemalang, Brebes dan Ciamis (Jawa Barat). Peneliti menduga bahwa lambat laun hubungan masyarakat dengan stasiun televisi ini semakin lama semakin jauh. Dalam artian, audiens televisi ini semakin lama semakin berkurang, meskipun sampai saat ini masih ada yang menonton. Keberadaan stasiun televisi tersebut saat ini masih dikenal baik oleh masyarakat namun tidak begitu populer, tidak seperti saat pertama kali memancarkan siarannya. Pada awal siarannya, masyarakat begitu antusias meski siarannya cenderung sederhana baik dari konten, teknik produksi, maupun aspek teknis siarannya. Hingga akhir tahun 2012 saat penelitian ini hendak dilakukan, stasiun televisi tersebut masih aktif memancarkan siaran.

Dari perkembangannya BMS TV telah banyak melakukan perubahan semenjak berdirinya. Dari perubahan manajemen SDM hingga ke manajemen siaran. Salah satu yang diutamakan adalah siaran-siaran yang mengandung konten lokal yang tinggi. Beberapa jenis acara seperti Anabrita, warta Banyumas, ndopok Dablongan dan cekakak Banyumas adalah acara-acara yang dibuat dengan konten lokal tinggi. Meskipun dari penelitian yang dilakukan oleh adi (2008) didapatkan suatu kesimpulan bahwa BMS TV belum benar-benar merepresentasikan kultur Banyumas pada umumnya. Namun berbagai usaha untuk membuat program-program dengan muatan lokal telah ditempuh dengan berbagai cara. Baik bekerjasama dengan pihak sponsor, maupun menawarkan kerjasama dengan beberapa *production house* lokal.

Banyumas TV termasuk dalam kategori TV lokal yang bersifat komersial. Mengingat bahwa bisnis penyiaran TV komersial menyandarkan hidupnya pada pasokan iklan, maka sebagai sebuah industri, stasiun TV lokal membutuhkan program siaran untuk 'dijual' kepada khalayak. Stasiun TV lokal harus terus-menerus memproduksi dalam usaha untuk mempertahankan eksistensinya. TV lokal harus selektif dalam penyediaan program acaranya tanpa mengesampingkan faktor lokalitasnya, bahkan elemen lokal menjadi kekuatan tersendiri bagi TV lokal

Hal tersebut akan berpengaruh dalam segi finansial stasiun TV lokal, karena apabila semakin menarik program acara yang disajikan maka akan semakin banyak pula minat pengiklan menempatkan iklan dalam suatu program acara. Setiap acara dalam televisi lalu dikemas dengan tujuan untuk menghibur. Karena khalayak selain mencari informasi, mereka juga mencari hiburan, seperti yang ditandakan oleh Tilak (2011) dalam kajian sosiologisnya mengenai televisi. Kesesuaian siaran-siaran dari televisi lokal dengan sikap dan norma subyektif yang ada di dalam masyarakat, akan membuat televisi lokal tersebut diterima dan ditonton secara luas. Hal ini terkait langsung dengan konten siaran-siarannya dalam setiap program acara yang dibuat . Namun bila yang terjadi adalah sebaliknya, maka televisi lokal tersebut akan ditinggalkan oleh penontonnya. Berikut pandangan Britner mengenai *programming* :

The product of broadcasting. Just a store sell goods or low firm sell advice, broadcasting sells programming. Just store owners sell pieces of their goods and lawyers set fees for their

*services, broadcaster set rates for the commercials that will share time with programming. Even public broadcasting solicits contributions on the basic of the type of programming it can offer. But if programming in either commercial or public broadcasting should be irresponsible or not meet the public's needs, then, like the lawyer who give bad advice or store owener who sells inferior goods, broadcasting will be out of business.*⁸ (Britner, 1991 : 124.)

Pendapat tersebut menunjukkan bagaimana seharusnya TV membuat suatu program atau yang disebut *programming*. Kepentingan publik sebagai khalayak adalah hal yang paling pokok, yang akan tertuang dalam program-program yang ditawarkan. . Jadi bila *programming* yang dihasilkan tidak memenuhi kepentingan khalayak, maka mereka akan ditinggalkan penonton. Artinya, diperlukan suatu hubungan yang ideal dan konsisten antara televisi lokal sebagai media dan masyarakat, di mana hubungan itu hanya bisa bertahan bila media tidak terlepas dari konteks sosial, budaya dan politik masyarakat di mana media itu berada (Oetama, 2001). Selama ini pihak pengelola BMS TV masih mengkaji terus program-program siaran yang mendidik dan menghibur. Televisi ini memiliki berbagai macam program acara mulai dari program berita daerah sampai pada program yang mengangkat kebudayaan Banyumas .

Sejak awal berdirinya, pihak manajemen BMS TV belum pernah melakukan penelitian tentang penilaian khalayak pada program acara yang ditayangkan. Beberapa penelitian terdahulu yang sedikit banyak berkaitan dengan konteks dan fokus penelitian sebagai rujukan pendukung, pelengkap, dan pembanding. Ada dua buah penelitian yang dilakukan di BMS TV, yaitu oleh Tri Nugroho Adi (2008). Dan Agoeng Noegroho (2006). Kedua penelitian ini juga mengambil lokasi penelitian di BMS TV namun berbeda metode dan teorinya. Adi dengan metode kualitatif mencoba mengetahui bagaimana identitas kultural masyarakat Banyumas terepresentasikan dan bagaimana resepsi (penerimaan) pemirsa terhadap tayangan-tayangan yang merepresentasikan identitas kultural mereka dalam siaran-siaran **BMSTV**. Sementara Noegroho mencoba menggali kepuasan penonton dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*. Namun lebih jauh, selama ini, penilaian yang diketahui hanya dari beberapa pihak saja

misalnya melalui telepon atau pendapat masyarakat yang datang langsung ke BMS TV.

Dari beberapa kali survey pendahuluan yang dilakukan penulis, ditemukan banyak anggota masyarakat Banyumas yang paham, mengenal dan mengetahui keberadaan BMS TV. Mereka menyadari betapa pentingnya keberadaan BMS TV sebagai televisi lokal, namun mereka mengaku tidak menonton siaran-siaran BMS TV. Sementara dari penelitian yang dilakukan oleh Agoeng Noegroho (2006) didapat hasil bahwa penonton merasa puas dengan siaran BMS TV. Penulis merasa ada suatu hal yang mungkin belum didapat secara maksimal dari penelitian dengan pendekatan *Uses And Gratificatio* tersebut. Kesenjangan ini memerlukan adanya suatu penyelidikan yang dapat menjelaskan fenomena yang terjadi di atas. Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah penelitian lanjutan untuk mengetahui penilaian masyarakat Banyumas pada program acara yang ditayangkan sehingga dapat membantu pengelola BMS TV untuk meningkatkan kualitas program acaranya sesuai dengan kebutuhan khalayaknya, yaitu masyarakat Banyumas. Penelitian mengenai Minat menonton pada siaran BMS TV ini diharapkan akan mempermudah pihak BMS TV dalam membuat rencana dan usaha-usaha ke depan dalam memperbaiki kualitas siarannya.

B. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

a. Identifikasi Masalah

Berkeanaan dengan minat menonton siaran BMS TV sejauh ini belum diketahui seberapa besar hubungan antara sikap dan norma subjektif dengan intensi menonton siaran televisi lokal pada Banyumas TV.

b. Rumusan Masalah

Seberapa besar hubungan Sikap dan Norma Subjektif dengan Intensi Menonton Siaran Televisi Lokal Eks Kota Administratif Purwokerto Kabupaten Banyumas?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti hendak meneliti hubungan antara sikap dan norma subyektif dengan intensi menonton. Beberapa kemungkinan variabel lain seperti motivasi, faktor teknis maupun kepuasan tidak diteliti karena peneliti hendak menitik beratkan pada sisi siaran televisi lokal yang terkait langsung dengan sikap dan norma subyektif sebagai warna lokalitas dari sisi penonton sendiri. Fokus permasalahan ditekankan pada aspek psikologi khalayak dengan konten siaran Banyumas TV.

D. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi sikap penonton terhadap intensi menonton siaran televisi lokal Eks Kota Administratif Purwokerto Kabupaten Banyumas.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi norma subyektif penonton terhadap intensi menonton siaran televisi lokal Eks Kota Administratif Purwokerto Kabupaten Banyumas
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi sikap dan norma subjektif penonton secara bersama-sama terhadap intensi menonton siaran televisi lokal Eks Kota Administratif Purwokerto Kabupaten Banyumas.

E. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah khasanah penelitian di ranah ilmu komunikasi, terutama yang berkenaan dengan penelitian khalayak dan televisi lokal.

- 2) Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan atau dapat dijadikan rujukan bagi televisi-televisi lokal agar dapat menyesuaikan program siarannya agar sesuai dengan kondisi masyarakat yang menjadi khalayaknya.