

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Fenomena Pertelevisian Lokal di Indonesia

Televisi merupakan alat yang baru dalam perjalanan sejarah peradaban manusia. Di dalam buku (Subroto, Produksi Acara Televisi, 1994, hal. 1) dengan hadirnya televisi, maka impian khalayak untuk dapat “melihat sesuatu dari jarak jauh” telah menjadi kenyataan, meskipun sampai saat ini televisi masih tetap saja menjadi impian, karena belum meratanya dalam hal kepemilikan ke seluruh lapisan masyarakat khususnya di negara berkembang seperti di Indonesia. Namun seiring berkembangnya zaman, seluruh lapisan masyarakat dari perkotaan maupun di daerah khususnya di Indonesia hampir memiliki televisi yang berguna sebagai sarana informasi dan hiburan. Seiring kemajuan teknologi yang semakin meningkat, banyak siaran televisi yang bermunculan mulai dari televisi nasional atau swasta dan juga televisi lokal di Indonesia.

Peneliti ingin menulis dan meneliti apa itu televisi lokal. Stasiun penyiaran radio dan televisi lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Undang-undang penyiaran menyatakan, bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut (Morissan, 2008, hal. 113). Televisi lokal memiliki peran dalam membangun perekonomian daerah, serta dapat mengangkat budaya

lokal dalam konten siaran. Di samping itu, televisi lokal juga ikut dalam melestarikan budaya lokal, dan eksplorasi potensi daerah dengan memperhatikan kepada khalayak. Karena itu, konten lokal berbasis kearifan lokal setempat menjadi hal yang penting bagi televisi lokal.

Undang-undang penyiaran nomor 32 ada pengaturan mengenai program televisi yang berkaitan dengan televisi lokal. Salah satu aspek yang ditunjukkan dalam memproduksi siaran, televisi lokal harus mampu banyak menggali potensi yang ada di daerah yang bersangkutan. Materi siaran televisi lokal tidak harus mengikuti gaya pertelevisian nasional, sehingga tidak ada perbedaan antara televisi lokal dan nasional. Padahal tujuan dari didirikannya pertelevisian lokal adalah untuk menonjolkan budaya setempat (Wahid & Pratomo, 2017, hal. 136).

Potensi stasiun televisi lokal beroperasi secara optimal cukup besar. Hal ini didukung perundang-undangan UU No 32/2002, Pasal 6 ayat (2) yang menyebutkan bahwa dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Menurut PP No 50 Tahun 2005, penyiaran diselenggarakan dalam suatu sistem penyiaran yang memiliki prinsip dasar keberagaman kepemilikan dan keberagaman program siaran dengan pola jaringan yang adil dan terpadu dalam pemberdayaan masyarakat daerah. Dengan prinsip otonomi daerah, dampak kehadiran televisi lokal merupakan warna baru dunia penyiaran tanah air karena selama ini kearifan lokal kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual.

Televisi lokal yang memiliki penempatan sebagai media daerah, memuat konten (berita, musik, hiburan, program kesenian, kebudayaan, hingga potensi ekonomi lokal) dan mengemas penyajian dengan mengedepankan kearifan lokal yang mencakup permasalahan daerah, baik dari isu yang dibawa maupun dari bahasa yang digunakan. Walaupun mempunyai ciri khas dari segi pengemasan isu maupun bahasa, pada perkembangannya televisi lokal masih belum mampu untuk menjadi alternatif tontonan bagi pemirsa. Padahal publik sesungguhnya menaruh harapan begitu tinggi terhadap televisi lokal. Kehadirannya di dunia penyiaran diharapkan dapat memberi alternatif tontonan dan dapat menghadirkan lokalitas yang saat ini kurang tertampung dalam tayangan televisi. Dalam jurnal milik Wiwik Novianti Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto dengan judul “Televisi Lokal dan Konsentrasi Kepemilikan” Observasi Vol.11, No.1. 2013 menjelaskan bahwa Media Penilaian kreatif atau tidaknya sebuah program berasal dari penonton yang kritis.

Meskipun tidak ada standar baku sebuah program dinyatakan kreatif atau tidak, namun ketika ada masukan dari masyarakat, televisi lokal diharuskan menerimanya. Dengan demikian televisi lokal akan mampu menyajikan program yang kreatif seperti yang didambakan masyarakat. Sebuah program bisa dikatakan kreatif juga karena program tersebut mampu membantu organisasi memenuhi tujuan strategis dan bekerja dalam anggaran yang tersedia serta kerangka waktu yang telah ditentukan. Maksud dari uraian diatas adalah program bisa dilaksanakan dengan anggaran televisi lokal yang terbatas dan dapat memenuhi

target perusahaan. Dengan kata lain, program tersebut memberi keuntungan untuk perusahaan.

Kreativitas yang tinggi dan berpegangan pada nilai-nilai lokal, televisi lokal akan mampu menghasilkan program yang unik dan tetap mempertahankan rasa lokalnya. Kreativitas bukan semata-mata memecahkan masalah, tetapi menciptakan sesuatu yang lebih baik, orisinal, dan pemecahan masalah yang kreatif, dengan cara mengoptimalkan dan menggunakan pengetahuan seseorang untuk mengatasi masalah yang belum ada pasti jawabannya (Fachruddin, Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi, 2015, hal. 7). Masyarakat lokal pasti akan mencari program-program yang sesuai dengan pandangan hidup masyarakat daerah itu sendiri. Keterbatasan investasi dan lemahnya persaingan terhadap televisi nasional menjadi kesulitan tersendiri bagi televisi lokal untuk bersaing dengan televisi nasional, hal ini kemudian mengakibatkan televisi lokal kesulitan di dalam mengembangkan dirinya. Popularitas televisi lokal di tengah masyarakat yang kalah jauh dibanding televisi nasional menjadi faktor bagi minimnya sponsor dan investasi pengiklan untuk ikut menghidupi televisi lokal.

Fenomena televisi lokal ini terjadi di setiap daerah di Indonesia dapat dijadikan indikator telah menyebarnya sumber daya penyiaran. Asosiasi televisi lokal Indonesia (ATVLI), sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada tanggal 26 Juli 2002, hingga saat ini telah menghimpun sebanyak 23 televisi lokal. Menggeliatnya perkembangan televisi lokal tidak seperti yang dibayangkan, dikarenakan berbagai faktor seperti manajemennya, masalah internal dan bahkan sulitnya mendapatkan share iklan serta sumber daya

manusianya (Kustiawan, 2016, hal. 111). Fenomena yang menarik ini menjadikan daya tarik sendiri bagi peneliti untuk meneliti lebih dalam bagaimana televisi lokal mampu bertahan dan bagaimana kreativitas dari para pekerja yang ada di televisi daerah untuk mampu mempertahankan dan mengembangkan idenya serta proses yang harus dilaksanakan.

2. Perkembangan Program Acara Talkshow Di Indonesia

Talkshow sendiri sebagai media komunikasi sudah lama dikenal, bahkan sejak masa kejayaan radio ketika sebuah acara talkshow pertama di radio diciptakan oleh John J. Anthony pada tahun 1930 (*Radio History by Carla Gesell-Streeter*). Sedangkan di televisi sendiri, acara talkshow mulai disiarkan pertama kali pada tanggal 27 September 1954 oleh jaringan televisi NBC, dengan nama program Tonight Show. Sejak saat itu, program talkshow ini terus berkembang sampai sekarang ini, dan di adaptasi oleh berbagai negara di dunia termasuk di Indonesia.

Sejak dua atau tiga dekade lalu penonton Indonesia telah ditayangkan berbagai macam program acara. Pada mulanya, program talkshow di Indonesia dilakukan dengan kemasan yang cukup formal dengan menghadirkan pejabat-pejabat Indonesia dan topik serta materi pembicaraannya yang sangat diatur, mengingat kebebasan pers masih sangat kurang di masa itu. Kini, kemasan pada talkshow sendiri menjadi lebih variatif, segar, penuh diskusi serta perdebatan karena pers sendiri mulai diberikan kebebasan untuk lebih terbuka kepada masyarakatnya.. Bahkan saat ini tak sedikit program talkshow yang berisikan

“sentilan-sentilan” dan pertanyaan yang cukup menyudutkan pejabat negara (Wahyudi, 1996, hal. 90).

Televisi saat ini merupakan media massa yang sangat populer dikalangan masyarakat, hal ini dikarenakan semua orang dapat menikmati siaran-siaran televisi secara gratis. Siaran-siaran yang disajikan televisi-televisi swasta sekarang ini kebanyakan bersifat hiburan seperti acara talkshow, sinetron, kuis dan lain-lain. Hal ini dikarenakan tayangan-tayangan televisi yang mengandung unsur hiburan saat ini sangat populer dan digemari oleh semua kalangan masyarakat. Bahkan beberapa stasiun televisi swasta memiliki program siaran non stop 24 jam. Mulai dari acara rohani, program berita di pagi hari dan sore hari, dilanjutkan dengan film kartun, musik, sinetron, variety show, talkshow dan lain-lain. Hal ini merupakan suatu paket yang dinikmati semua kalangan masyarakat.

Peneliti ingin mencoba menjelaskan tentang program acara yang sering hadir di acara pertelevisian khususnya di Indonesia yaitu program acara Talkshow. Program uraian baik di dalam studio maupun di luar studio dan diskusi di televisi disebut program mimbar televisi (The Talkshow Program). Program ini tampil dalam bentuk sajian yang mengetengahkan pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik atau sedang hangat diperbincangkan masyarakat(Wibowo, Dasar-Dasar Produksi Program televisi, 1997, hal. 37).

secara umum, talkshow adalah program atau acara yang mengulas suatu permasalahan perbincangan, diskusi, wawancara dan interaksi dengan narasumber yang bersangkutan dari tema acara yang sedang disiarkan.*Talkshow* atau acara dialog yang isinya dialog atau debat atau adu argumentasi secara blak-blakan

dengan dipandu oleh presenter yang bisa menguasai topik yang dibicarakan. *Talkshow* adalah ungkapan bahasa Inggris yang berasal dari dua kata yaitu *talk* dan *show*. *Talk* artinya berbicara, sedangkan *Show* artinya pertunjukan atau tontonan. Dengan begitu talkshow berarti pertunjukan orang-orang berbicara. Acara talkshow juga mempunyai banyak macam atau ragamnya seperti talkshow keagamaan, kesehatan dan yang bersifat menghibur atau yang diselingi dengan humor (Naratama, 2004, hal. 23). Program acara talkshow di Indonesia sekarang ini lebih banyak yang mengusung obrolan ringan dan menghibur, karena masyarakatnya lebih menggemari acara yang sifatnya hiburan dan mudah untuk dicerna bagi pemirsanya.

Masalah yang kemudian muncul adalah bagaimana cara mempertahankan penonton agar tetap *stay tuned* dengan acara talkshow ini dikarenakan programnya yang hanya berisikan obrolan antara pembawa acara dan narasumber (Yusanto, Produksi Program Televisi, 2017, hal. 6). Kemunculan permasalahan yang sudah ada ini, tentu harus adanya perubahan bagaimana cara agar acara talkshow dapat dinikmati. Tidak jarang pula sekarang ini banyak pertelevisian di Indonesia khususnya nasional banyak membuat program acara talkshow yang bersifat menghibur dan lebih santai agar dapat dinikmati dan juga digemari oleh pemirsanya. Hal ini juga yang menyebabkan rating dari program tersebut dapat meningkat seiring dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menonton acara yang sedang disuguhkan.

Kehadiran program acara talkshow bisa dibilang membawa warna baru dalam dunia media massa televisi. Konsep program acara talkshow ini berupa

perbincangan antara pembawa acara atau yang biasa disebut *host* dengan seorang bintang tamu yang merupakan sosok *human interest* (komunikatif), diundang ke program acara talkshow tersebut untuk membahas sesuatu hal yang sedang hangat diperbincangkan pada saat itu ataupun membahas sesuatu yang belum diketahui oleh banyak orang, sehingga pesan dan makna yang terkandung dalam program acara talkshow ini membuat suatu informasi yang ringan dan mudah dimengerti oleh khalayak umum. Disisi lain, persyaratan yang harus dilakukan sebagai pembawa acara harus mempunyai pengalaman sebagai reporter, menguasai permasalahan, dan tajam untuk menggali informasi kepada komunikannya (Fachruddin, Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi, 2015, hal. 161).

Berbicara mengenai program acara televisi yang dikemas menggunakan talkshow, tidak hanya di televisi nasional saja yang ada namun di pertelevisian lokal tentunya juga ada. Peneliti mencoba mengambil contoh program yang ada dipertelevisian lokal yang ada di daerah Indonesia khususnya yaitu program acara EXPOSE yang ada di Batik TV Pekalongan Jawa Tengah. Acara EXPOSE sendiri merupakan program unggulan yang ada di Batik TV. Peneliti ingin meneliti bagaimana program acara talkshow tersebut mampu bertahan dan masih eksis sampai saat ini karena banyak televisi swasta atau nasional juga membuat program-program baru yang bersifat talkshow.

3. Batik TV Pekalongan dan Berbagai Program Acaranya

Memasuki awal tahun 2011 yang saat itu Walikota Pekalongan H.M Basyir Ahmad, bertekad mewujudkan bahwa Kota Pekalongan harus memiliki Televisi sendiri. Diawali dengan kerjasama Pemereintah kota Pekalongan dengan penelitian dan pengembangan Institut Kesenian Jakarta & TV Komunitas Grabah Magelang pada tahun 2011. Dilanjutkan dengan penandatanganan perjanjian tertulis antara Pemerintah kota Pekalongan Dekan Fakultas Film dan TV IKJ pada tahun 2011 serta pendampingan yang intens, semuanya itu kemudian diperkuat dengan disetujuinya APBD Pemerintah Kota Pekalongan oleh DPRD Kota Pekalongan pada tahun anggaran 2012 serta Perda No.1 Tahun 2012 Pemerintah Kota Pekalongan.

Hingga akhirnya LPPL Batik TV resmi mengantongi ijin Surat Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 682 tentang Izin Prinsip Penyelenggaraan Penyiaran (IP3) LPPL Batik TV Kota Pekalongan pada tanggal 12 November 2012 dan Surat Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 973 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IP2) LPPL Jasa Penyiaran Televisi “Batik TV Pekalongan” pada tanggal 12 November 2014 dengan alokasi frekuensi pada kanal 57 UHF.

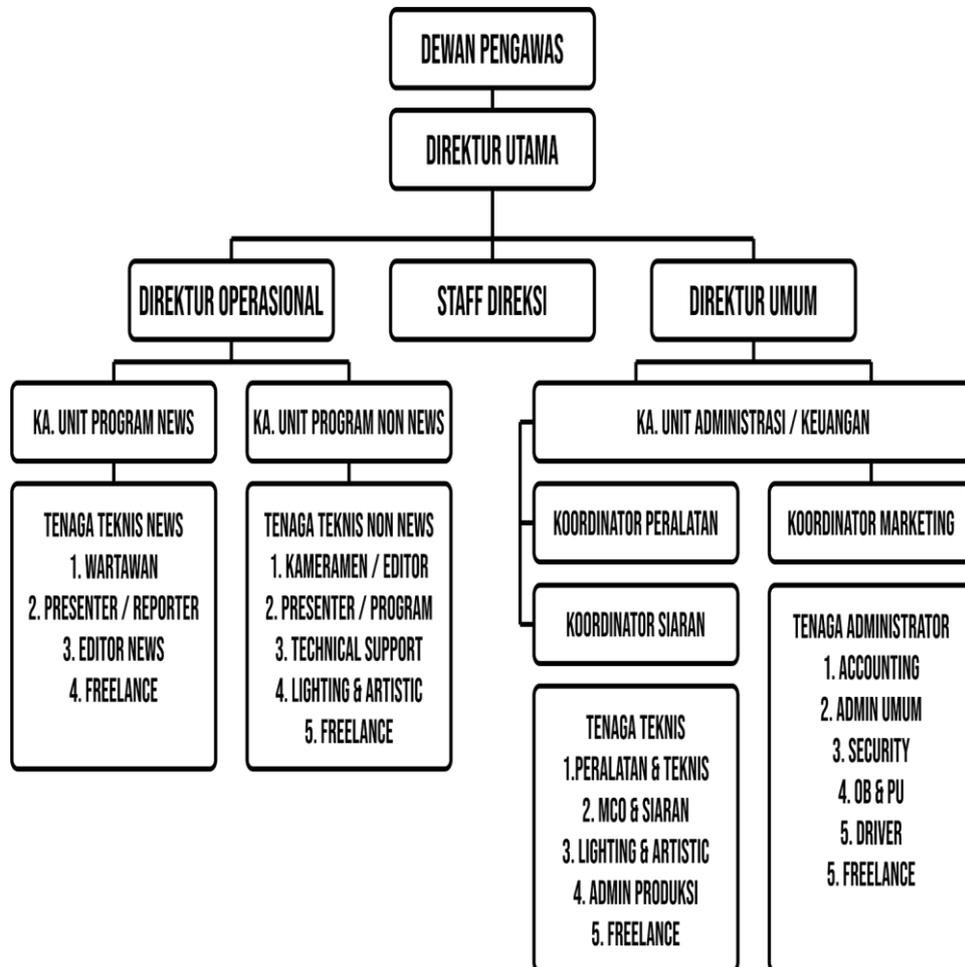
Diawal tahun berdirinya, Batik TV mengenalkan dan ujicoba siaran pada 1 April tahun 2012, dan lahir sejak disetujuinya Perda No.1 Tahun 2012 tanggal 16 Mei 2012. Batik TV mempunyai *Tag Line* "AJIB", ungkapan khas dialog Kota Pekalongan yang berarti ungkapan atas ketakjuban yang bersifat positif,

bisa juga berarti bagus, super, baik dan itu biasa diungkapkan oleh masyarakat Kota Pekalongan karena memang khasanah konten lokal dan kearifan lokal menjadi konten utama dari Batik TV menyajikan berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat berbasis kedekatan wilayah, kedekatan kebutuhan masyarakat Kota Pekalongan dan sekitarnya.

Televisi lokal Batik TV Pekalongan dijalankan dan dikelola dengan maksud dan tujuan menjadi lembaga penyiaran televisi lokal yang bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi melayani kebutuhan masyarakat. Selain itu mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan, mendorong penguatan *good governance*, sebagai timbal balik antara pemerintah dan masyarakat, media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat bagi masyarakat dan pelestarian daerah sejalan dengan amanat undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

Pertelevisian sendiri tentunya memiliki struktur organisasi didalamnya. Struktur di dalam organisasi dibuat untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing jabatan. Struktur organisasi secara jelas mampu memisahkan tanggung jawab dan wewenang anggotanya. Jika dalam suatu bisnis atau perusahaan tidak memiliki komponen penting dalam struktur organisasi tersebut bisa jadi akan mengalami gangguan kedepannya, supaya proses pengelolaan dan pengorganisasiannya berjalan dengan rapih dan teratur agar mendapatkan hasil yang diinginkan bersama. Batik TV sendiri memiliki struktur organisasi yang dibidang cukup memadai sesuai prosedur pertelevisian. Struktur organisasi Batik TV yaitu :

Gambar 1. Struktur Organisasi Batik TV Pekalongan :



Berbicara mengenai Batik TV, tentu didalamnya terdapat program acara dari yang biasa saja hingga menjadi unggulan bagi pertelevisian tersebut. Di dalam program acaranya dibagi menjadi dua jenis yaitu program berita dan feature. Program dari berita dan feature di Batik TV sangat beragam, misal saja program acara yang menyajikan berita mengenai kuliner seperti icip-icip, dan resepku, program yang menayangkan kuliner khas pekalongan dan wajib untuk dicicipi. Selanjutnya ada program acara yang menayangkan tentang kerohanian

seperti Ayo mondok, Iqra', Hayat, dan Ngaji bareng walikota yang berisi siraman rohani dan juga aktifitas keagamaan di kota Pekalongan. Tidak ketinggalan pula di dalam Batik TV terdapat program yang mengupas tentang kesehatan dan penyakit yang masih mewabah yang dikemas dalam program acara Dokter-Q. Sebenarnya masih banyak lagi program acara yang ditayangkan di Batik TV, namun disini penulis mencoba meneliti salah satu program acara dari Batik TV yang masih eksis dan bertahan hingga saat ini.

Batik TV memiliki banyak program cara yang senantiasa memberikan hiburan dan juga informasi mengenai kota Pekalongan dengan beragam program-programnya. Program acara yang dibuatpun tidak terlepas dari apa yang ada di kota Pekalongan itu sendiri, sehingga masyarakat yang ada di kota Pekalongan sangat menantikan tayangan yang akan disiarkan oleh Batik TV dan acaranya Mulai dari keanekaragaman kesenian yang ada di Pekalongan, bagaimana kondisi perkembangan kota Pekalongan dengan menghadirkan Walikota dan penanggung jawab institusi yang ada kota pekalongan langsung, dan juga informasi terkini yang sedang hangat diperbincangkan. Dari semua program yang ada, peneliti ingin mengambil salah satu program acara di Batik TV yang sampai sekarang masih bertahan dari awal berdirinya Batik TV sampai saat ini yaitu program acara "EXPOSE".

Karena pada penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana Batik TV mempertahankan eksistensinya melalui program acaranya itu dengan cara membedah manajemen produksi dari program acara "EXPOSE".

Peneliti mengambil program acara ini karena dari semua tayangan yang ada, program ini bisa dijadikan objek penelitian dikarenakan program EXPOSE sendiri masih bertahan dari awal Batik TV mengudara sampai saat ini, sehingga bisa dijadikan acuan bagaimana cara Batik TV sendiri mampu mempertahankan eksistensinya di dunia pertelevisian daerah atau lokal. Inilah logo terbaru dari program EXPOSE yang masih mengudara :

Gambar 2. Logo Program Acara EXPOSE Batik TV Pekalongan.



Dokumentasi Gambar.Website Batik TV Pekalongan 2019.

Program acara “EXPOSE” sendiri merupakan program dengan format acara Talkshow atau tanya jawab antara narasumber dan host untuk mendapatkan berita dan informasi yang sedang hangat untuk diperbincangkan. Host atau pembawa acara dari program ini adalah Koordinator program dari Batik TV yaitu

Kak Yaiya Ahmad, sedangkan untuk narasumbernya bisa mencari dan menyesuaikan dari tema yang akan dibawakan. Penayangan dari program acara ini yaitu setiap hari selasa dan kamis pukul 17.30 WIB. Durasi dari tayangannya sekitar 30 Menit. Acara atau tema yang bisa di diskusikan dari program acara ini yaitu tentang Pemerintahan dari kota Pekalongan, event-event tertentu dan bisa digunakan sebagai promosi iklan. Pendistribusian dari program acara ini bisa dinikmati melalui layar kaca televisi, dan media online seperti Youtube maupun Instagram. Selanjutnya untuk target audiens yang diinginkan oleh Batik TV yaitu semua kalangan dari Masyarakat kota Pekalongan dan sekitarnya.