

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya peran media massa itu sebagai sarana untuk berkomunikasi bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang terletak antara dua pihak (perantara atau penghubung) dan kehadirannya tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Media massa meliputi media cetak, media elektronik, dan media *online*. Terdapat beberapa macam media cetak, diantaranya koran, majalah, buku, dan sebagainya. Begitu pula dengan media elektronik, diantaranya radio dan televisi, sedangkan media *online* meliputi media internet seperti *website*, media sosial dan sebagainya.

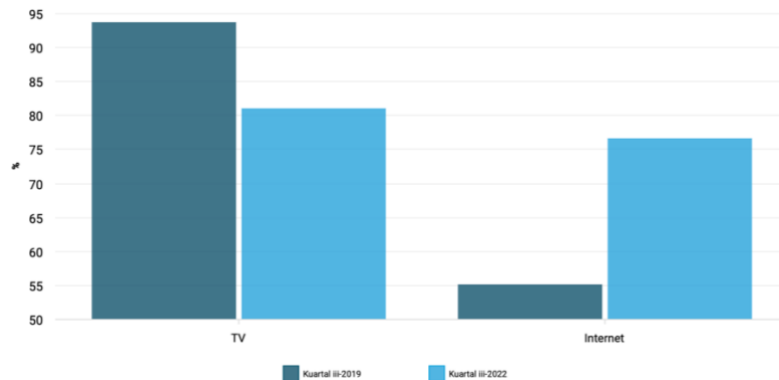
Televisi (TV) merupakan salah satu media massa berbentuk *audio visual* bergerak yang berdasarkan fungsinya dapat memberikan informasi, hiburan, dan juga pendidikan (Wijaya, 2020). Televisi merupakan media massa yang paling digemari di Indonesia selama puluhan tahun, hampir semua rumah memiliki televisi terutama di pulau Jawa, oleh karena itu televisi dijadikan sebagai media promosi utama oleh dunia industri untuk memasarkan produk barang dan jasa mereka (Haqqu, 2020).

Perkembangan teknologi sangat memengaruhi peran media massa sebagai perantara dalam menyampaikan informasi. Media massa yang menarik perhatian masyarakat pada saat ini yaitu media sosial. Media sosial pada dasarnya merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk saling berkomunikasi, saling berbagi, hingga membentuk sebuah jaringan secara *online* agar dapat dengan mudah menyebarluaskan konten mereka sendiri. Konten – konten tersebut dapat disebarluaskan di blog, twitter, youtube, dan sebagainya yang dapat dilihat secara langsung dan gratis oleh semua orang (Nur, 2021).

Menurut Lembaga survei Nielsen Indonesia bertajuk “*Streaming Content Rating*” TV dan Internet merupakan dua jenis media dengan jangkauan tertinggi.

Pengguna TV di Indonesia masih mendominasi namun jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya pengguna TV menyusut drastis, sebaliknya pengguna internet justru semakin meningkat.

Jumlah Pengguna TV dan Internet di Indonesia (2019-2022)



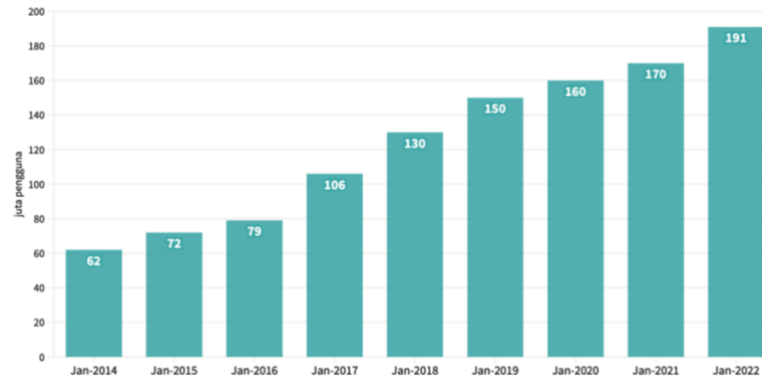
Gambar 1. 1 Tv dan Internet di Indonesia (Kuartal III-2019 dan Kuartal III 2022)

(Sumber: databoks.kadata.co.id, 2022)

Berdasarkan grafik pada gambar 1.1 terlihat bahwa pengguna televisi masih mendominasi dengan 81,1% dan internet mengalami pertumbuhan signifikan mencapai 76,7%. Hingga kuartal III 2022, pengguna TV masih didominasi oleh usia 40-49 tahun (18%) dan 50+ (23%), sedangkan digital masih didominasi oleh 10-19 (22%) dan 20-29 (26). % tahun. Dengan pesatnya pertumbuhan Internet, kemampuan untuk mengakses video online dan menonton TV online juga meningkat secara signifikan selama tiga tahun terakhir di semua kelompok umur. Hal ini menuntut kebutuhan industri untuk memiliki pengukuran yang andal untuk streaming.

Seiring dengan pertumbuhan internet yang signifikan, hal ini berdampak pada penggunaan media sosial di Indonesia yang semakin meningkat. Berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari 2022, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang. Jumlah itu meningkat 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang.

Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015-2022)



Gambar 1. 2 Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015 - 2022)

(Sumber: *We Are Social*, 2022)

Berdasarkan grafik pada gambar 1.2 terlihat bahwa seiring dengan pertumbuhan internet yang signifikan, hal ini berdampak pada penggunaan media sosial di Indonesia yang semakin meningkat. Berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari 2022, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang. Jumlah itu meningkat 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang.

Di era disrupsi digital ini, banyak anak remaja bahkan dewasa yang mulai beralih aktivitasnya dengan berselancar di dunia maya, yang awalnya mendapatkan informasi dan hiburan dari televisi lalu merambat ke media sosial. Selain menjadi tempat untuk mendapatkan hiburan dan informasi, media sosial dapat dijadikan sebuah wadah atau tempat untuk mengumpulkan teman. Oleh karena itu, kedudukan televisi mulai terganggu oleh keberadaan media sosial, khususnya generasi milenial yang mulai mengandalkan media sosial untuk menggantikan fungsi media massa tersebut. Tentu ini semakin mempersulit dan mempersempit jangkauan audiens televisi (Abdullah & Puspitasari, 2018). Kehadiran internet mengganggu keberadaan televisi yang dulunya menjadi primadona sebagai sarana hiburan dan informasi. Begitupun media sosial, yang sudah mengubah cara masyarakat dalam menonton televisi. Khususnya kaum milenial yang cenderung mengandalkan media sosial untuk mencari informasi dan hiburan melalui

Shinta Berliana Shadani, 2023

STRATEGI MEDIA TELEVISI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DISRUPSI DIGITAL (STUDI KASUS SURYA CITRA TELEVISI)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

smartphone (Audinovic, 2021). Di era konvergensi ini, mengharuskan para pelaku industri kreatif televisi melek, melihat kondisi sekarang ini agar tidak tergerus dan terdegradasi oleh kecanggihnya arus perkembangan teknologi, mau tidak mau media konvensional harus mengikuti arus perkembangan zaman, jika tidak lambat laun televisi akan punah seperti media cetak (koran), karena dirasa tidak mampu memenuhi kebutuhan masyarakat (Haqu et al., 2020).

Salah satu perusahaan yang bergerak di dalam industri multimedia, hiburan, dan komunikasi adalah PT. Surya Citra Media. Perusahaan ini memiliki dua saluran televisi nasional terbesar di Indonesia yaitu SCTV dan Indosiar. SCTV (singkatan dari Surya Citra Televisi) yang didirikan pada 24 Agustus 1990 ini merupakan stasiun televisi lokal swasta kedua di Indonesia. SCTV dengan slogan “satu untuk semua” hadir sebagai media yang berkarakter variatif-informatif, bersama program – program nya yang dapat menjangkau audiens dari segala usia.

Untuk mempertahankan eksistensinya sebagai stasiun televisi nasional terbesar di Indonesia, SCTV harus berupaya membuat dan menerapkan strategi agar mampu menarik minat audiens untuk tetap menonton TV di era disrupsi digital ini yang mana kebanyakan masyarakat mulai berselancar di media sosial. Ini menciptakan persaingan ketat antara bisnis televisi dan digital karena masyarakat lebih memilih untuk memilih akses fleksibel terhadap konten yang mereka tonton daripada terikat pada jadwal siaran TV yang ditentukan. Strateginya bisa dengan memanfaatkan media sosial itu sendiri sebagai media promosi atau dengan cara kolaborasi diantara keduanya, yang biasa disebut konvergensi media. Beberapa model konvergensi yang dapat dilakukan oleh SCTV yaitu *cross-promotion*, *cloning*, *coopetition*, *content sharing*, dan *convergence*. Tanpa adanya strategi yang matang, eksistensi televisi sulit bertahan dengan adanya media sosial.

Konvergensi media memungkinkan bisnis digital untuk memiliki model bisnis yang lebih fleksibel. Mereka dapat memanfaatkan platform yang berbeda untuk menghasilkan pendapatan, seperti berlangganan, penjualan konten, atau iklan, tergantung pada preferensi pemirsa dan perubahan dalam industry. Selain itu, konvergensi media telah menciptakan peluang besar bagi bisnis digital untuk berkembang dan berinovasi. Bisnis digital yang cerdas memahami dinamika ini dapat mengambil keuntungan dari berbagai platform dan sumber daya yang tersedia

untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meraih kesuksesan dalam lingkungan media yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi dilakukan oleh SCTV untuk mempertahankan eksistensinya sebagai stasiun televisi lokal swasta terbesar kedua di Indonesia. Berdasarkan masalah tersebut, peneliti ingin mengangkat judul penelitian yang berjudul “Strategi Media Televisi dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Disrupsi Digital (Studi Kasus pada Surya Citra Televisi)”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Perkembangan teknologi mempengaruhi peran media massa TV dalam memberikan informasi. Di era disrupsi digital ini banyak masyarakat, khususnya para millennial yang mulai beralih aktivitasnya dengan berselancar di media sosial. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis merumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana strategi SCTV untuk mempertahankan eskistensinya sebagai saluran televisi di era disrupsi digital?
2. Bagaimana peran media sosial SCTV terhadap eksistensi SCTV sebagai saluran televisi di era disrupsi digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana strategi yang dilakukan oleh SCTV guna mempertahankan eksistensinya di era disrupsi digital.
2. Menganalisis peran media sosial SCTV dalam mempertahankan eksistensi SCTV sebagai saluran televisi di era disrupsi digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang konvergensi media dan

diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran khususnya yang berkaitan dengan media massa televisi dan media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para tim terkait dalam mengembangkan keahlian dibidang konvergensi media guna mempertahankan loyalitas penonton televisi di era disrupsi digital ini dan bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengalaman, wawasan pribadi untuk selanjutnya melakukan penelitian yang lebih baik lagi untuk dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu yang didapat selama perkuliahan.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam bagian ini dibahas urutan penulisan dari setiap bab dan bagian bab dalam skripsi

1. Bab I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.
2. Bab II Kajian Pustaka, berisi tentang uraian materi dan penelitian yang relevan, dan kerangka pemikiran.
3. Bab III Metode, Penelitian berisi tentang subjek penelitian, objek penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengambilan data, teknik analisis data, dan metode keabsahan data.
4. Bab IV Hasil dan Pembahasan, berisi tentang temuan penelitian dan pembahasan temuan penelitian
5. Bab V Kesimpulan dan Saran, berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan tugas akhir yang telah dibuat.