

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi adalah alat elektronik yang berfungsi sebagai sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat. Pertama kali dibuat pada tahun 1926, televisi komersil pertama kali disiarkan pada tahun 1947 dan menyiarkan berbagai peristiwa menarik di seluruh dunia, seperti pembunuhan Lady Di, pemakaman John F Kennedy, dan Perang di Kosovo, dan lain sebagainya. Jumlah rumah yang memiliki televisi di seluruh dunia hanya berkisar 8000 pada akhir PD II, tetapi dua pertiga dari semua rumah di abad ke-20 sudah memilikinya¹. Saat ini, hampir setiap rumah di seluruh dunia memiliki televisi. Setiap orang yang memiliki televisi biasanya menghabiskan waktu luangnya untuk bersantai dengan keluarga dan menonton bersama. Televisi menawarkan banyak program dari pagi hingga malam, sehingga kita dapat mengakses berita dan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan kita.

Banyak negara di Asia mulai membangun stasiun TV setelah melihat manfaatnya. Mereka melihat bagaimana TV dapat membangun bangsa dengan menyebarkan informasi, diskusi, dan perdebatan, serta menciptakan gambar tentang pemerintahan, politik, pendidikan, budaya, dan hiburan di seluruh dunia. Sejak 4 agustus 1962 bertepatan dengan pembukaan Asean Games atau Pesta Olahraga Se-Asia IV dimulainya industri televisi pertama di Indonesia yakni TVRI. Namun, karena TVRI didirikan sebagai televisi pemerintahan, sehingga acara yang disiarkan lebih seremonial dan congdong kepada pemerintah saja.² Namun semakin berkembangnya pertumbuhan ekonomi dan zaman, akhirnya kelompok

¹Ahmad Amar, (2022), "PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI: AKAR REVOLUSI DAN BERBAGAI STANDARNYA", "*Jurnal Dakwah Tablig*", Vol. 13, No. 1 Hal: 137 – 149.

²Sejarah Industri Televisi, "Perkembangan Industri televisi". Diakses 5 Mei 2024, diambil dari: <http://digilib.uinsby.ac.id/15374/5/Bab%202.pdf>

usaha Bimantara diberi izin oleh pemerintah untuk beroperasi sebagai stasiun penyiaran, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, yang diberi nama "Rajawali Citra Televisi Indonesia" yang (juga dikenal sebagai RCTI), didirikan pada tanggal 24 Agustus 1989. Selain RCTI, televisi swasta lainnya mulai mengambil alih pertelevisian Indonesia dengan model penyiaran yang lebih beragam dan menarik. Beberapa di antaranya adalah "Televisi Pendidikan Indonesia" atau TPI, "Surya Citra Televisi" atau (SCTV), "Andalas Televisi", juga dikenal sebagai (ANTV), Indosiar, TransTV, dan GlobalTV, yang kini berganti nama menjadi (GTV). Kini dapat disimpulkan kehadiran televisi swasta mengubah dunia pertelevisian di tanah air semakin beragam.

Keberagaman televisi lokal muncul dikarenakan, munculnya UU Penyiaran terbaru yang berisi tentang. Menurut Pasal 7 ayat (4a) bagian Keempat(a) dari Undang-Undang Penyiaran Nomor 17 tahun 2024 berbicara tentang "Lembaga Penyiaran Publik lokal, provinsi, kabupaten, atau kota di Indonesia dapat mendirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang sudah terdapat RRI dan TVRI dengan ketentuan: RRI di wilayah tersebut hanya melakukan relai siaran dan jumlah waktu siaran kurang dari 12 jam atau menggunakan teknologi digital".³ Ini membentuk kebijakan resmi terbaru untuk keberadaan dan pendirian lembaga penyiaran daerah. Sehingga dengan dibukanya perizinan untuk berdirinya televisi-televisi lokal dengan ketentuan terbaru tersebut dapat menambah pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang ada di daerahnya.

Televisi lokal merupakan stasiun penyiaran televisi daerah dengan jangkauan sekala terbatas yang ada di tiap provinsi. Perkembangan jumlah televisi lokal yang ada di Indonesia dari tahun ke tahun semakin maju pesat. Keberadaan televisi lokal dapat membantu menjaga

³Database Peraturan Penyiaran, "PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 17 TAHUN 2024 TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 11 TAHUN 2005 TENTANG PENYELENGGARAAN LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK", <https://peraturan.bpk.go.id/Details/282654/pp-no-17-tahun-2024> Diakses pada 22 Juli 2024.

dan melestarikan keberadaan kebudayaan daerah khususnya pada nilai-nilai seni dan kebudayaan daerah Jogjakarta dan Jawa tengah. Dengan banyaknya budaya yang diimpor ke Indonesia, tentunya generasi muda atau milenial harus mengenal dan mencintai budaya bangsanya.

Televisi lokal memiliki peran untuk meningkatkan identitas sebuah daerah, di mana program acara yang ditampilkan mewujudkan budaya yang mengekspresikan berbagai nilai seni dan budaya masing-masing seperti penggunaan bahasa daerah pada tiap program yang dimiliki dan membuat program yang mengusung kesenian daerah. Seni dan kebudayaan adalah identitas yang dimiliki oleh suatu daerah, di Indonesia sendiri memiliki banyak kesenian dan budaya daerah yang tentunya memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda-beda. Keunikan seni dan budaya di setiap daerah ini menandakan sebuah identitas tempat tersebut bagian besar dari Indonesia yang menggunakan dan menjadikan seni dan budaya daerah menjadi karakter yang unik dari daerahnya, di sisi lain seni dan budaya daerah juga berfungsi sebagai pemersatu suku, mempererat tali keakraban dan juga untuk pengetahuan sejarah serta bukti nyata peninggalan nenek moyang dalam bentuk seni dan budaya.

Kebudayaan dari suatu daerah memegang peran penting sebagai identitas, karakteristik, instrument, alat komunikasi, dll. Kekayaan yang sangat luar biasa ini tanpa kita sadari lambat laun mulai memudar dan punah dengan seiring waktu berkembangnya zaman. Namun dengan adanya media televisi daerah yang mengangkat nilai dan kebudayaan pada program siarannya ini bisa menjadi wadah dalam melestarikan seni dan budaya daerah yang mulai pudar, salah satu stasiun televisi lokal Jogja khususnya RBTv ternyata melakukan berbagai inovasi terkini pada tiap program siarannya dengan memasukkan unsur budaya, seni dan bahasa daerah, hal tersebut terus dilakukan RBTv sejak awal berdirinya hingga hari ini

untuk melestarikan dan mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal yang bernilai budaya.

Stasiun televisi Reksa Birama TV, atau RBTv, adalah stasiun televisi lokal yang beroperasi di Kota Yogyakarta. Dengan nama perusahaan PT Retjo Buntung Yogyakarta (juga dikenal sebagai RB Group hingga tahun 2012) dan STMIK AMIKOM Yogyakarta berkolaborasi untuk mendirikan RBTv. Saat ini pada tahun 2023 AMIKOM memiliki 70% kepemilikan, Retjo Buntung memiliki 5%, dan Kompas TV memiliki 25%. RBTv didirikan oleh dua orang putra daerah Yogyakarta, yang bernama Wahyu Sudarmawan, S.E, S.H, M.Si, dan Aris Yudanto, S.H., mereka mendirikan stasiun televisi siaran lokal ini dengan tujuan untuk membantu membangun daerah dengan kemampuan dan pengetahuan mereka untuk menciptakan stasiun televisi yang melestarikan dan mengedepankan kebudayaan daerah melalui program tayangannya.⁴

Program RBTv yang memasukkan unsur kebudayaan di dalamnya juga beragam, seperti program acara leleh-leleh yang menyajikan program acara musik campursari, program morning beat, embun hati, warna warni jogja, pelangi jogja, dll. Masing –masing dari program acara tersebut memasukkan unsur kebudayaan di dalamnya seperti penggunaan bahasa jawa dan lagu jawa, busana daerah dan kesenian jawa. Disamping menciptakan dan menayangkan program-program kebudayaan RBTv juga berusaha untuk terus memproduksi program-program siaran yang berkualitas dan tidak serta merta membuat program berunsur budaya lokal saja tanpa memikirkan kualitas pada acaranya. Hal ini didukung dengan sarana dan prasarana dari RBTv yang sudah setara dengan televisi milik “Nasional” di dunia digital

⁴ RBTv, “*Company Profil RBTv*”. <https://www.rbtvjogja.tv/> Diakses pada 23 Juli 2024.

di zaman sekarang saat ini dan dengan perangkat teknologi modern di bidang komputasi dan grafis.⁵

RBTV adalah stasiun televisi swasta yang diresmikan oleh Sri Sultan HB X yang saat ini terletak di Gd. A Lt 3 Universitas AMIKOM Yogyakarta; Jl. Ring Road Utara, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta. RBTV adalah televisi lokal milik swasta yang tetap menjaga eksistensinya di dalam kebudayaan lokal yang cukup beragam di Yogyakarta. Hal tersebut sangat sesuai dengan tag line RBTV yaitu “Asli Jogja” merupakan RBTV ingin selalu menyajikan program-program televisi yang mengedepankan nilai-nilai Asli Jogja dan bercirikan jogja yang berbudaya, sopan, santun, dan ramah. Hal tersebut dapat dilihat bahwa sampai saat ini RBTV tetap mempertahankan kebudayaan lokal, khususnya budaya masyarakat Yogyakarta, di tengah perubahan era budaya dan bangsa. Dengan terus melestarikan kebudayaan daerah serta memasukkan elemen tradisi dan kebudayaan dalam setiap siaran program acaranya.

RBTV yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini sebagai televisi yang bernilai budaya daerah tak lepas dari berbagai strategi yang terus dikembangkan kemudian di susun untuk membuat inovasi dan karakteristik pada program-program tayangannya. Tanpa strategi yang cukup, RBTV sebagai televisi lokal akan kesulitan bertahan dengan banyaknya stasiun televisi nasional dan tantangan persaingan dengan stasiun televisi lokal di wilayah yang sama dengan inovasi dan citra yang berbeda.

Berikut profil umum stasiun TV swasta milik lokal di kota Yogyakarta:

Tabel. 1 Televisi Swasta Lokal di Yogyakarta

⁵ Hasil Wawancara, “Kimpul, Direktur RBTV”. 23 Juli 2024.

NO	Lembaga Penyiaran	Nama Stasiun Televisi
1	Lembaga Penyiaran Publik TVRI	TVRI Stasiun Yogyakarta
2	PT. Yogyakarta Tugu Televisi	Jogja TV
3	PT. Reksa Birama Media	RBTv
4	PT. Arah Dunia Televisi	ADI TV
5	PT. Mega Adi Citra Yogyakarta	KRESNA TV
6	PT. Jogja Citra Nuansa Nusantara Televisi	NUSA TV/RTV
7	PT. Mitra Televisi Yogyakarta	NET. TV

(sumber: KPID DIY 2023)

Berdasarkan tabel di atas, salah satu televisi lokal yang sampai hari ini mengudara di Yogyakarta adalah RBTv atau Reksa Birama Media. Dari ketujuh televisi lokal tersebut, RBTv berbeda dengan yang lain karena didirikan sebagai stasiun televisi lokal swasta dan secara konsisten menyiarkan program lokal dengan fokus pada nilai dan budaya lokal dan sesuai dengan taglinenya yaitu “asli jogja”. Sangat berbeda dengan televisi lokal lainnya seperti ADI TV yang berfokus lebih kepada konten pendidikan dan keagamaan namun kini hanya berfokus pada konten keagamaan saja dan berita-berita lokal melalui platform media sosial. Hal tersebut membuat perspektif pengelola RBTv telah mengakui bahwasanya sebagai televisi lokal yang di-branding sebagai televisi bernilai budaya dari awal berdirinya, RBTv telah berhasil mempertahankan eksistensinya dan tidak mengalami perubahan fokus siaran dari awal berdirinya hingga saat ini sebagai televisi bernilai budaya.⁶ Jadi dapat

⁶ Agusta, R., & Ariyanto, S. P. . (2023). Manajemen Produksi Tayangan Televisi “Talkcation” RBTv Jogja pada Periode Magang MBKM Tahun 2022. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 216-231. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.1063>

disimpulkan televisi lokal swasta di Yogyakarta yang masih terus mempertahankan eksistensinya sebagai televisi bernilai budaya daerah adalah RBTV .

Berdasarkan masalah di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana dan apa saja strategi yang digunakan RBTV untuk mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya daerah. Peneliti memilih RBTV sebagai objek penelitian ini karena, menurut pengamatan peneliti, TV lokal RBTV dapat melakukan tugasnya dengan baik sebagai televisi lokal Yogyakarta dengan terus memproduksi dan menayangkan program—program siaran lokal berunsur budaya daerah.

Maka dari hal yang dibahas di atas serta penjelasan permasalahan yang terjadi pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana dan apa saja strategi yang dilakukan RBTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya dengan menggunakan teori ekologi media. Dengan demikian untuk membahas permasalahan diatas maka penulis tuangkan dalam judul **“Strategi RBTV dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Televisi Lokal yang Bernilai Budaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat diambil adalah “Bagaimana strategi RBTV dalam Mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui bagaimana dan apa saja strategi RBTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidang broadcasting atau penyiaran khususnya pada media massa televisi lokal.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca mendapatkan informasi tentang strategi apa saja dalam mempertahankan eksistensi sebuah televisi lokal yang bernilai budaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk kebutuhan penelitian berikutnya

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis strategi stasiun televisi lokal dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya. Paradigma ini menempatkan pengamatan pada objektivitas untuk menemukan realitas, menganggap bahwa kehidupan sosial adalah hasil dari menyelidiki masalah dan fenomena sosial manusia dalam segala aspek perilakunya.⁷

⁷Mardawani, *“Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif”*, Yogyakarta: Deepublis, 2020, Hal.7

Pendekatan konstruktivisme tidak lagi meneliti sebab akibat fenomena, tetapi hanya konstruksi atau interpretasi dari apa yang terjadi. Selain itu, metode ini melibatkan penilaian sebagai bagian dari proses mempelajari dan memahami masalah fenomena yang diteliti, sehingga peneliti dapat memasukkan nilai yang mereka temukan dalam penelitian dengan menggunakan paradigma konstruktivisme yang bersifat subjektif. Metode yang digunakan adalah induktif dari konsep baru yang berasal dari wawancara, pengamatan observasi, dan analisis literatur.⁸

1.5.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yang adalah jenis penelitian ilmiah di mana peneliti berbicara langsung dengan fenomena sosial untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Metode ini tidak mencari hubungan, menguji hipotesis, atau membuat prediksi penelitian; hanya menampilkan situasi atau peristiwa.⁹ Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengunpulkan fakta dan menyajikan data untuk memahami fenomena yang terjadi dalam strategi RBTv dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi budaya daerah.

1.5.3. Subjek/Objek Penelitian

1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ialah PT. Reksa Birama Media (RBTv) yang terletak di Gd. A Lt 3 Universitas AMIKOM Yogyakarta; Jl. Ring Road Utara, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta.

⁸ Ibid, Hal.7

⁹ Rachmat Jalaludin, "Metode Penelitian Komunikasi", (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020), Hal. 24

2. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian informan yang akan di tanya terkait informasi penelitian dilakukan dengan melalui metode kualitatif yang nantinya data akan dikumpulkan dengan proses penyaringan karena informan memiliki kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti dan akan diminta untuk memberikan sebuah informasi dari permasalahan yang diangkat dari penelitian ini.

Adapun kriteria yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Informan yang memiliki jabatan struktur pemimpin yang memiliki pengaruh dalam RBTB baik internal maupun eksternal dan bertugas sebagai kepala manajer TV di PT. Reksa Birama Media (RBTB).
- b. Informan yang terlibat dalam program acara yakni selaku manajer produksi dan program di PT. Reksa Birama Media (RBTB)
- c. Informan yang memiliki pengetahuan pada bidang marketing di PT. Reksa Birama Media (RBTB). Disini penulis dapat menerapkan siapa saja yang nantinya akan penulis jadikan sebagai informan dalam penelitian ini untuk menyampaikan informasi yang kredibel, yaitu;
 - 1) Bapak Suparwoto, sebagai kepala manajer TV PT. Reksa Birama Media (RBTB) yang bertugas untuk memberikan arahan kepada tiap manajer divisi yang bertugas.
 - 2) Bapak Rashif, S.Ak sebagai staf pemasaran dan operasional traffic sekaligus yang bertugas sebagai tim pemasaran dan operasional di PT. Reksa Birama Media (RBTB).

- 3) Ibu Sunar Handari, S.Pd sebagai manajer produksi program acara di PT. Reksa Birama Media (RBTv) yang bertugas untuk mengatur agenda produksi program acara setiap harinya.

1.6 Jenis Data

Ada dua jenis data dalam penelitian ini meliputi: primer dan sekunder.

1.6.1. Data Primer

Sumber data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dan tidak didapatkan melalui media. Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari wawancara di lapangan dengan manajer produksi siaran RBTv, yang memainkan peran penting dalam divisi pemrograman perusahaan.

1.6.2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari dokumentasi, arsip, dan sumber lainnya sebagai bahan tambahan untuk penelitian disebut data sekunder.¹⁰ Adapun data sekunder merupakan data tambahan yang membantu penelitian, seperti dokumen atau arsip dari RBTv, seperti perencanaan program, jadwal program harian, dan profil perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu “strategi RBTv dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi budaya daerah”. Dan penelitian terdahulu yang memiliki fokus dengan penelitian ini dengan batas waktu maksimal 10 tahun terakhir.

¹⁰ Ruslan Rosady, 2021, “*Metode Penelitian Kualitatif*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal. 7

1.7 Teknik Pengumpulan Data

1.7.1. Observasi

Metode pengumpulan data yang dikenal sebagai observasi melibatkan pengamatan dan catatan fenomena yang akan diteliti.¹¹ Metode ini akan digunakan dengan melakukan kunjungan untuk memperoleh data-data tentang gambaran umum mengenai RBTv seperti program tayangannya, websitenya, untuk kemudian menjadi bahan melakukan wawancara kepada pihak RBTv mengenai “bagaimana strategi RBTv dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya”.

1.7.2. Wawancara

Peneliti akan menggunakan wawancara, yaitu tanya jawab langsung dengan subjek, untuk mengumpulkan data yang relevan dengan penelitian. Penelitian ini akan menggunakan wawancara mendalam, atau (*in-depth interview*). Teknik ini mengumpulkan data atau informasi secara langsung dengan informan. Ini memungkinkan peneliti mendapatkan data yang lengkap dan mendalam selama wawancara dilakukan.¹² Serta informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap. Penelitian ini akan mewawancarai kepala manajer tv RBTv, manajer produksi dan program, staf pemasaran dan operasional untuk mendapatkan informasi menyeluruh tentang “strategi RBTv dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya”. Peneliti juga akan menggunakan alat perekam untuk mencatat ulang temuan wawancara.

¹¹ Rakhmat, Jalaludin, “Metode Penelitian Komunikasi”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2023), Hal. 83

¹² Ibid. Hal. 84

1.7.3. Dokumentasi

Data dikumpulkan melalui catatan, dokumentasi, dan administrasi yang relevan dengan masalah yang sedang peneliti teliti. Dalam kasus ini, dokumentasi diperoleh melalui hasil dokumen, buku, dan arsip dari lembaga yang diteliti, yaitu RBTB. Peneliti akan melakukan dokumentasi dengan mencatat dan mengumpulkan data dari lembaga tersebut, serta mengambil gambar dari lembaga tersebut.

1.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan analisis data model interaktif milik “Miles dan Huberman”. Ada tiga cara untuk menganalisis data penelitian kualitatif: pengurangan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹³

Model Penelitian kualitatif yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

1.8.1. Reduksi Data

Proses pemilihan dan pengumpulan semua data yang diperoleh dari hasil observasi serta dokumen yang berhubungan dengan masalah penelitian yang tertulis dilapangan dikenal sebagai tahapan reduksi data. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk menyederhanakan data yang dikumpulkan peneliti dilapangan.

1.8.2. Penyajian Data

Tahapan kedua ketika melakukan analisis adalah penyajian data, penulis melakukan penyajian data dengan mengumpulkan informasi yang telah tersusun

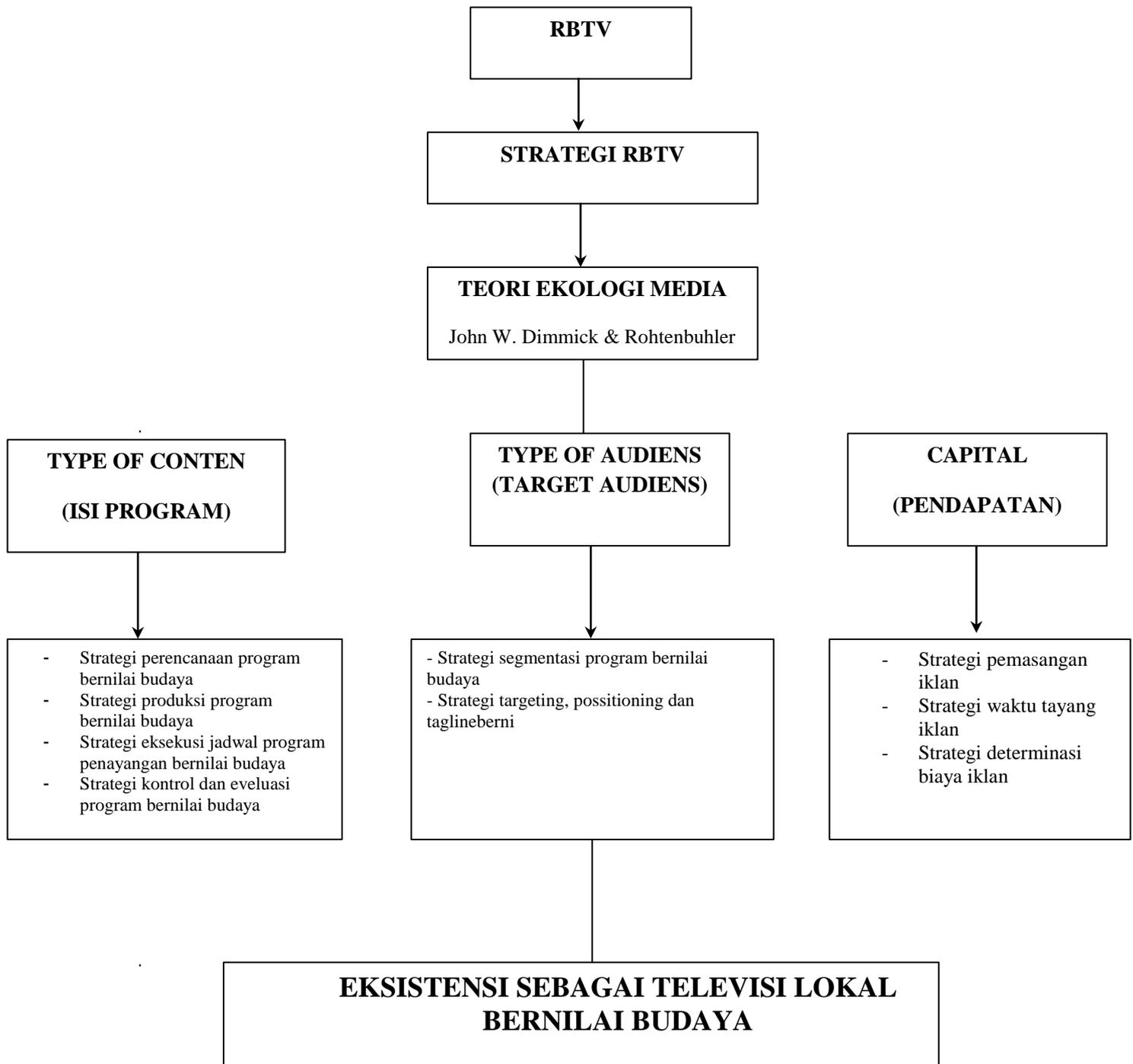
¹³ Miles dan Huberman, “*Analisis Data Kualitatif*” (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2019), Hal. 16.

dalam bentuk teks, uraian yang mendeskripsikan, tabel, atau pun bagan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Tujuan tahapan ini adalah untuk mempermudah penulis dalam menarik kesimpulan agar mudah dipahami.

1.8.3. Penarikan Kesimpulan Penelitian

Tahapan terakhir adalah Penarikan kesimpulan penelitian merupakan kegiatan yang merumuskan kesimpulan berdasarkan kegiatan sebelumnya dari data-data yang ditemukan dilapangan. Pada tahapan ini penulis membuat kesimpulan penelitian yang dapat berupa kesimpulan sementara maupun kesimpulan akhir dari permasalahan pada penelitian. Namun kesimpulan dalam suatu penelitian harus relevan, maka kesimpulan dalam penelitian ini harus merujuk pada sajian data yang sudah ada, yaitu terkait strategi RBTV dan yang berperan langsung dalam hal strategi di stasiun televisi RBTV.

1.9 Kerangka Konsep



1.10 Definisi Konsep

1.10.1 RBTV

PT. Reksa Birama Media atau yang dikenal dengan Stasiun televisi RBTV adalah sebuah stasiun televisi siaran lokal swasta Yogyakarta yang didirikan atas kerja sama STMIK “AMIKOM” Yogyakarta dengan radio RB Group Jogja, dimana merupakan televisi swasta komersial pertama di kota Jogjakarta yang kini bekantor pusat di Gd. A Lt 3 Universitas AMIKOM Yogyakarta; Jl. Ring Road Utara, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta.

Sebagai lembaga penyiaran publik, RBTV memiliki status mendirikan stasiun televisi lokal yang diatur oleh UU Penyiaran terbaru yang berisi tentang. Menurut Pasal 7 ayat (4a) bagian Keempat(a) dari Undang-Undang Penyiaran Nomor 17 tahun 2024 berbicara tentang "Lembaga Penyiaran Publik lokal, provinsi, kabupaten, atau kota di Indonesia dapat mendirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang sudah terdapat RRI dan TVRI dengan ketentuan: RRI di wilayah tersebut hanya melakukan relai siaran dan jumlah waktu siaran kurang dari 12 jam atau menggunakan teknologi digital".¹⁴

Hal Ini membentuk kebijakan resmi terbaru untuk keberadaan dan pendirian lembaga penyiaran daerah. Sehingga dengan dibukanya perizinan untuk berdirinya televisi – televisi lokal dengan ketentuan terbaru tersebut dapat menambah pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang ada di daerahnya Seiring dengan otonomi daerah dan semangat menciptakan TV yang sesuai dengan masyarakat Jogja

¹⁴ Database Peraturan Penyiaran, "PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 17 TAHUN 2024 TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 11 TAHUN 2005 TENTANG PENYELENGGARAAN LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK", <https://peraturan.bpk.go.id/Details/282654/pp-no-17-tahun-2024> Diakses pada 22 Juli 2024.

sebagai kota pelajar, budaya dan wisata, maka kehadiran RBTV sangat bermanfaat bagi masyarakat jogja maupun industri pendukung pertelevisian seperti rumah produksi, penyelenggaraan acara, periklanan dan lain sebagainya.¹⁵

1.10.2 Strategi

Istilah "strategi" berasal dari bahasa Yunani dan berarti ilmu perang atau panglima perang dalam perang. Berdasarkan istilah tersebut, strategi adalah seni membuat operasi peperangan, seperti siasat dan posisi. Bisa didefinisikan secara umum sebagai metode yang digunakan untuk mencapai tujuan. Menurut (KBBI) mengatakan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya negara untuk menerapkan kebijaksanaan yang digunakan dalam perang dan kedamaian. Dapat diartikan strategi sebagai cara atau upaya dari seseorang dalam mengatur tindakan yang akan digunakan untuk mendapatkan sebuah hasil yang diinginkan. Maka dapat disimpulkan bahwa "strategi" dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan individu/kelompok mempermudah proses pelaksanaan siasat untuk mencapai tujuan.¹⁶

1.10.3 Teori Ekologi Media

Dikutip dalam buku (Rachmat Kriyantono, 2020) dengan judul "Teknik Praktis Riset Komunikasi" Teori Ekologi Media Dimmick dan Rohtenbuhler yang merupakan seorang pakar mencoba mendefinisikan fenomena kompetisi di antara industri media menjadi sebagai proses ekologis. Menurutnya teori ekologi mengkaji bagaimana media dan proses komunikasi mempengaruhi persepsi, emosi dan nilai-nilai teknologi masyarakat yang mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru.

¹⁵ Fanadya Eva Noviana. (2023). Antara Kepentingan Pasar versus Kepatuhan terhadap Hukum (Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di Yogyakarta). Jurnal Audiens, 1(1), 35–43.

¹⁶Daparteman Pendidikan Nasional "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Diakses pada 24 Mei 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/nul>

Di mana persaingan media dapat dianalogikan dengan makhluk hidup yang berusaha mempertahankan lingkungannya.¹⁷

Dimmick dan Rohtenbuhler menyatakan bahwa dalam teori ekologi media dalam mempertahankan sebuah eksistensi, media membutuhkan faktor-faktor sumber penunjangnya seperti (*content atau isi sebuah media, audience untuk menjadi target sasaran media dan capital atau advertising*) yaitu:

1. Konten program (Types of content) adalah jenis konten yang akan diprogramkan dalam sebuah media penyiaran.
2. Segmentasi kelompok sasaran (Types of audiens) adalah jenis dari audiens yang menjadi target audiens, hal itu dapat diketahui dengan dilakukan memilih segmentasi audiens dari usia 7-60 tahun untuk mencocokkan media dengan kebutuhan yang menjadi target audiens.
3. Faktor modal (Capital) yang akan menjelaskan tentang sumber pendapatan stasiun televisi dalam struktur program dan periklanan. Faktor ini yang mempengaruhi jumlah iklan disebuah media siaran.

1.10.4. Televisi Bernilai Budaya

Televisi bernilai budaya merujuk pada keberadaan stasiun televisi yang mengemas program dan pertunjukannya pada nilai budaya. Hal ini mencakup masa keberadaan stasiun televisi, karakteristik pemrograman media tersebut dengan dikemas nilai kebudayaan.

¹⁷ Rachmat Kriyantono, Ph.D. (2022). "Teknik Praktis Riset Komunikasi". Edisi ke-2, Hal.48

1.11. Definisi Operasional

a. Type Of Content (Isi Program)

Menurut Dimmick dan Rohtenbuhler, konten media biasanya dikategorikan ke dalam kategori informasi seperti berita, hiburan, musik, budaya, pendidikan, drama, komedia, dan aksi. Jenis konten juga menunjukkan aspek program dan atau jenis isi media, variasi program, jenis program, dan banyaknya program. Ini melibatkan perencanaan strategi program pada media penyiaran televisi. RBTV mengidentifikasi untuk membuat suatu keputusan mempertahankan media televisinya sebagai televisi bernilai budaya, membuat perencanaan ide-ide serta tema yang relevan dengan nilai budaya lokal. Sehingga mengupayakan strategi yang akan digunakan untuk mempertahankan medianya.

Selain itu, merencanakan ide-ide dan tema program sebelum memproduksi program bernilai budaya dan juga membuat jadwal yang tepat untuk program bernilai budaya termasuk dalam strategi yang tepat sebagai strategi program yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi.

b. Type Of Audiens (Khalayak Sasar)

Secara garis besar komponen kedua dari teori ekologi media adalah type of audience, Khalayak sasaran atau target sebuah stasiun televisi dapat diidentifikasi dengan menggunakan segmentasi geografis, demografis, dan psikografis sebagai komponen kedua dari teori ekologi media. Oleh karena itu, poin ini bertujuan untuk menargetkan bagaimana stasiun televisi RBTV dalam memilih target audien untuk program- program bernilai budaya yang akan mereka

produksi. Selain itu bagaimana cara manajer produksi dan pemasaran dalam memilih dan menjadwalkan tayangan program bernilai budaya mereka.

c. Capital (Pendapatan)

Menurut teori ekologi media, sumber penghidupan media terdiri dari modal, yang mencakup struktur permodalan dan pemasukan iklan. Modal dana pemasukan iklan, sumber daya manusia, sarana teknologi, dan fasilitas lainnya adalah faktor modal. Poin ini digunakan pada bagian pemasaran RBTv bagaimana strategi RBTv dalam mencari sumber permodalan pada program siaran yang bernilai budaya. Dalam teori ekologi media capital memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan media penyiaran televisi dan bahkan memainkan peran dalam kelangsungan hidup media penyiaran komersial.