



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

No	Hal yang di review	Peneliti 1	Peneliti 2	Peneliti 3
1	Penelitian Terdahulu	Nama: Lian Agustina	Nama: Nurul Purnamasari	Nama: Marcellina Endah Milawati
		Asal: Universitas Merdeka Malang	Asal: Universitas Gadjah Mada	Asal: Universitas Multimedia Nusantara
		Tahun: 2016	Tahun: 2014	Tahun: 2018
2	Judul Penelitian	Desain Konsep Tentang Konten Lokal Pada Televisi Lokal Untuk Mengembangkan Wisata Kuliner Kota Malang	Peran Dan Strategi Komunikasi Jaringan Media Komunitas Dalam Mendorong Partisipasi Radio Komunitas Pada Pembangunan Di Kabupaten Gunungkidul	Manajemen Media Lokal TV3 Tangerang dalam Meningkatkan Kualitas Perempuan
3	Permasalahan Penelitian	Mengetahui Peran Televisi Lokal Untuk Mengembangkan Potensi Daerah	Peneliti ingin menganalisis peran jaringan media komunitas yang dikembangkan Jaringan Media Komunitas Gunungkidul (JMKGGK) dan strategi komunikasinya untuk mendorong partisipasi radio komunitas dalam pembangunan di Kabupaten Gunungkidul	Mengetahui manajemen media yang dilakukan oleh media lokal TV3 Tangerang dalam meningkatkan kualitas perempuan
4	Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

5	Objek yang diteliti	Konten yang disajikan oleh media televisi lokal di kota Malang dalam meningkatkan wisata kuliner kota Malang	Strategi komunikasi radio komunitas yang tergabung dalam Jaringan Media Komunitas Gunung Kidul (JMKGK)	Strategi komunikasi yang dilakukan oleh media lokal TV3 Tangerang dalam upaya meningkatkan kualitas perempuan di wilayah tangerang dan sekitarnya
6	Jenis Media	Televisi Lokal yang ada di Malang	Radio Jaringan yang berada di Gunung Kidul	Televisi lokal yang berada di Tangerang yaitu TV3 Tangerang
7	Hasil Penelitian	Kota Malang memiliki potensi wisata kuliner yang besar dan masih belum maksimal dalam pengelolaan dan promosi wisata kuliner. Televisi lokal memiliki perspektif tentang konten lokal yang berbeda dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang. Perbedaan pada upaya penyajian dan pengembangan konten lokal melalui program promosi wisata kuliner yang dilakukan oleh televisi lokal.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan media komunitas merupakan organisasi bentukan modal sosial yang mendorong anggotanya, dalam hal ini radio komunitas, menjadi pendukung utama pembangunan mulai dari kelompok terkecil agar memberi efek domino pada partisipasi pembangunan di tingkat yang lebih tinggi. JMKGK membutuhkan desain strategi komunikasi untuk memperkuat organisasi dan meningkatkan posisi tawar pada lembaga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen media TV3 Tangerang belum sesuai dengan fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh, serta pengawasan. Hal itu dikarekan oleh beberapa faktor yaitu terjait perijinan penyiaran TV3 yang belum ada dan juga sumber daya manusia yang belum memadai, karena manajemen TV3 masih dibawah manajemen CTV. Sehingga dapat dikatakan TV3

			pemerintah dan non pemerintah pada saat berbagi program dan bersinergi dalam kegiatan-kegiatan pembangunan di Kabupaten Gunungkidul.	belum mencapai tujuan dari media tersebut yaitu untuk mendukung emansipasi perempuan.
--	--	--	--	---

2.2 KONSEP TEORI

2.2.1 Media Massa

Cangara mendefinisikan media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (2005, p. 122).

Menurut Gerbner “*mass Communication is the thecnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”, menggambarkan bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi yang disebar dan didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap (Ardianto, 2005, p. 3-4).

Media massa memiliki jenis-jenis yang berbeda, menurut Cangara (2010, p. 74) media massa dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

1. Media cetak (koran, majalah, surat, dsb.)
2. Media elektronik (televisi dan radio)
3. Media internet (website, blog, Instagram, dsb.)

2.2.2 Media Penyiaran

Menurut Defleur dan Everette (1985), media penyiaran adalah jenis media massa yang menggunakan instrumen elektromagnetik dalam menyampaikan pesan ke audiensnya secara simultan.

Penyiaran menurut Undang-Undang No. 32 tahun 2002 pasal satu. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana tranmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/media lainnya untuk diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Kegiatan penyiaran meliputi dua bagian yaitu penyiaran radio dan penyiaran televisi. Berdasarkan UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiran, inilah definisi penyiaran radio dan televisi. Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

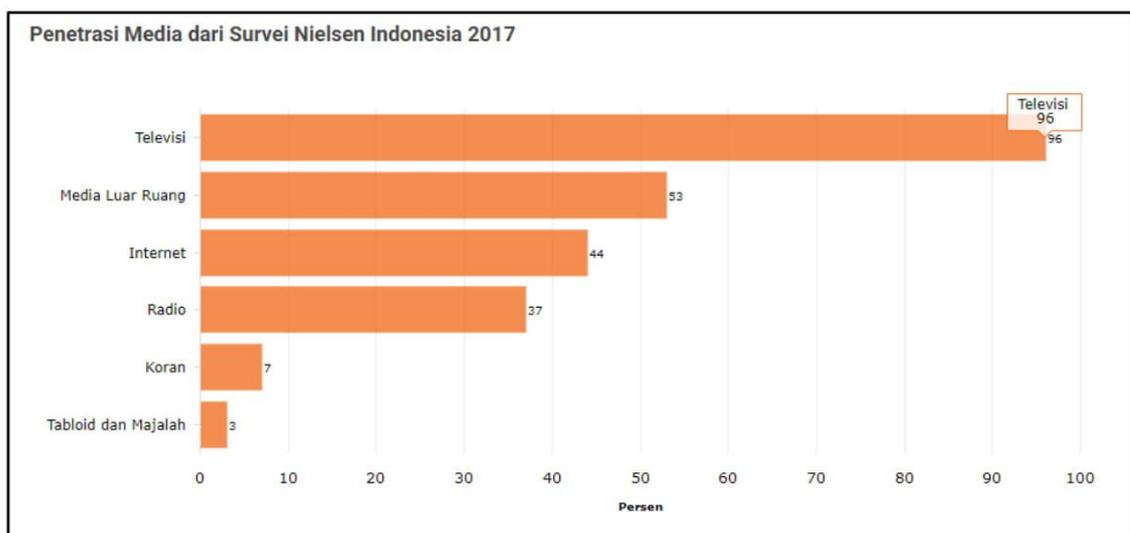
Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar, pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Media penyiaran memiliki peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa. Hal itu dikarenakan media penyiaran seperti televisi dan radio

merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak (Morissan, 2008, p. 13).

Berdasarkan survei Nielsen *Consumer Media View* (CMV) tahun 2017, terbukti bahwa televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat Indonesia. Survei yang dilakukan Nielsen menunjukkan bahwa penetrasi televisi mencapai 96 persen. Lalu diurutan kedua ada media di luar ruang, internet, dan radio pada posisi ketiga.

Gambar 2.1 Survei Nielsen *Consumer Media View* (CMV)



Sumber: *website databoks.katadata.co.id*

2.2.3 Manajemen Media Penyiaran

Kung (2008, p. 4) menyatakan manajemen media lebih spesifik membahas mengenai strategi perusahaan dalam mengelola bisnis media, seperti fungsi manajemen, *leadership*, produksi content, marketing, manajemen sumberdaya manusia, manajemen teknologi, budaya organisasi, dan sebagainya.

Manajemen media di Indonesia telah menjadi kajian yang menarik, sekaligus praktek komunikasi yang perlu mendapat perhatian. Manajemen media bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri uang bersifat komersial maupun institusi sosial (Junaedi, 2014, p. 14).

Dalam penelitian ini peneliti secara khusus menggunakan konsep teori manajemen media penyiaran. Mengelola media penyiaran bukanlah hal yang mudah. Morissan mengatakan keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, program, dan pemasaran (Morissan, 2008, p. 125).

Dalam mengelola media penyiaran tentunya banyak tantangan yang dihadapi. Tantangan yang harus dihadapi manajemen media penyiaran disebabkan oleh dua hal. Pertama, sebagaimana perusahaan lainnya, media penyiaran dalam kegiaran operasionalnya harus dapat memenuhi harapan pemilik dan pemegang saham untuk menjadi perusahaan yang sehat dan mampu menghasilkan keuntungan. Kedua, media penyiaran harus mampu memenuhi kepentingan masyarakat (komunitas) di mana media bersangkutan berada, sebagai ketentuan

yang harus dipenuhi ketika media penyiaran bersangkutan menerima izin siaran (lisensi) yang diberikan negara (Morissan, 2008, p. 126).

Maka dari itu manajemen dibutuhkan dalam mengelola sebuah organisasi, perusahaan, atau pun media. Morissan (2008, p. 127) menyebutkan tiga alasan utama mengapa manajemen diperlukan yaitu:

1. Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Untuk menjaga keseimbangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi.
3. Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda, salah satu cara umum yang banyak digunakan adalah dengan menggunakan patokan efisiensi dan efektivitas.

Berdasarkan pengertian manajemen yang dikemukakan oleh Mondy dan telah dijelaskan sebelumnya, manajemen memiliki beberapa fungsi yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing/influencing*), dan pengawasan (*controlling*). Berikut adalah

penjelasan dari keempat fungsi manajemen menurut Morissan (2008, 130-161):

1. Perencanaan

Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat. Perencanaan juga mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan organisasi adalah departemenisasi dan pembagian kerja. Departemenisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan sejenis dan saling berhubungan bisa dikerjakan bersama. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar setiap

individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas.

3. Pengarahan dan memberikan pengaruh

Fungsi mengarahkan dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Peter Pringle (1991) mengemukakan fungsi memengaruhi atau mengarahkan terpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme dan efektif. Kegiatan mengarahkan dan memengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan.

4. Pengawasan

Terdapat banyak makna untuk fungsi pengawasan antara lain evaluasi, penilaian, dan perbaikan. Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

2.2.4 Strategi Program

Dalam industri media penyiaran, salah satu hal yang paling penting adalah program siaran. Dalam menentukan program yang akan disajikan kepada audience tentunya disusun dengan strategi khusus. Untuk itu peneliti akan menggunakan teori mengenai strategi program dalam penelitian ini. Peneliti ingin melihat strategi program yang dilakukan oleh TV3 Tangerang agar mencapai tujuannya dalam meningkatkan kualitas perempuan.

Departement program dan manager program pada stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. Strategi program atau yang sering disebut dengan management strategic program siaran terdiri dari; (1) perencanaan, (2) produksi dan pembelian program, (3) pembelian program, (4) eksekusi program, dan (5) Pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2008, p. 230).

1. Perencanaan Program

Pringle Star dengan rekannya menyatakan bahwa perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana pekerjaan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya (Morissan, 2008, p. 232).

Pada stasiun televisi lokal, perencanaan program harus memutuskan program televisi jaringan yang mana

yang akan disiarkan, program apa yang akan ditolak atau ditunda dan seterusnya

Dalam tahap perencanaan ini banyak hal yang harus dipahami oleh industri media antara lain media harus mampu menganalisis audien yang menjadi target dari program tersebut dan juga stasiun televisi lain. Program yang dibuat juga harus mampu dipasarkan. Selain itu juga dalam perencanaan program media harus mampu melihat faktor yang akan mempengaruhi program dan membuat perencanaan yang terdiri dari target audien dan target pendapatan.

2. Produksi dan Pembelian Program

Program yang ditayangkan oleh media penyiaran dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri. Program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah in-house production. Jika program dibuat oleh pihak lain berarti stasiun penyiaran membeli program itu.

3. Pembelian Program

Pada umumnya stasiun televisi masih membutuhkan banyak pasokan program dari pihak luar untuk memenuhi kebutuhan programnya. Pada siaran televisi seperti acara dan film bisa sangat mahal harganya. Untuk itu perlu dipastikan

anggaran yang tersedia cukup realistis untuk membeli program.

4. Eksekusi program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Dalam menyusun jadwal penayangan program perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi seperti mobilitas audien, jenis pekerjaan, kebutuhan dan ketertarikan audien pada hal-hal tertentu.

5. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses ini menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, department dan juga karyawan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif.

2.2.5 Stasiun Televisi Lokal

Pada masa orde baru stasiun televisi yang ada di Indonesia hanya lima. Pemain dalam bisnis media televisi itu sendiri adalah mereka yang dekat dengan presiden Soeharto (Iswara, 2007, p. 6). Lima stasiun televisi swasta pada masa itu adalah Rajawali Citra Televisi Indonesia

(RCTI) yang lahir pada 1987, Surya Citra Televisi (SCTV) yang lahir pada 1989, Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) lahir pada 1990, Andalas Televisi (ANTV) lahir pada tahun 1993, dan Indosiar Visual Mandiri (IVM) lahir pada tahun 1995.

Pada tahun 1998 pada saat era reformasi arus kebebasan untuk mengusung pembangunan demokrasi di Indonesia semakin dikedepankan. Dengan munculnya Undang-undang RI No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran semakin memberi kelonggaran munculnya peluang untuk membangun industri media. Investor atau pemilik modal mulai tertarik melihat sektor media sebagai industri yang cukup menjanjikan, bukan saja dari aspek hobbi, idealisme, dan dedikasi, tapi sebagai peluang ekonom yang bisa mendatangkan keuntungan (Cangara, 2013, p. 185).

Cangara menggambarkan dalam bukunya tentang perkembangan industri media di Indonesia. Sebelum tahun 1998 ada 272 surat kabar harian, ketika reformasi jumlah surat kabar melonjak menjadi 1.500 buah. Industri penyiaran, televisi yang tadinya di monopolo oleh TVRI melonjak menjadi 23 stasiun televisi termasuk TVRI. Bisnis media tidak selamanya berada di atas tentunya tidak sedikit media yang berada pada masa kehancuran.

Melihat dari Undang-undang penyiaran di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Keempat jenis penyiaran itu adalah

1. Lembaga penyiaran swasta
2. Lembaga penyiaran berlangganan
3. Lembaga penyiaran publik
4. Lembaga penyiaran komunitas

Selain dibedakan sesuai dengan jenis penyiaran tersebut, stasiun siaran dapat dikelompokkan berdasarkan jangkauannya yaitu:

1. Stasiun lokal

Stasiun penyiaran lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 pasal 31 (5) dikatakan stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut.

2. Stasiun nasional

Stasiun penyiaran nasional adalah stasiun penyiaran yang menyebarkan programnya ke sebagian besar wilayah negara dari hanya satu stasiun penyiaran saja (Morissan, 2008, p. 105)

3. Stasiun jaringan

Stasiun jaringan adalah sejumlah stasiun penyiaran yang saling berhubungan untuk dapat menyiarkan program secara serentak. Dalam sistem penyiaran jaringan terdapat

dua pihak yaitu stasiun jaringan dan stasiun afiliasi. Stasiun jaringan yaitu stasiun yang menyediakan program. Stasiun afiliasi merupakan stasiun lokal yang berkerjasama (berafiliasi) dengan stasiun jaringan.

Dalam penelitian ini peneliti secara khusus membahas mengenai manajemen media stasiun televisi lokal yaitu TV3 Tangerang. Undang-undang penyiaran No. 32 tahun 2002 pasal 31 ayat 5 menyatakan bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Maka dari itu TV3 Tangerang merupakan stasiun televisi lokal yang jangkauan siarannya hanya terbatas pada wilayah Tangerang.

Sejumlah stasiun televisi lokal di Indonesia bergabung dalam Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI). ATVLI ini dideklarasikan pada 26 Juli 2002 yang menjadi wadah berkumpulnya stasiun-stasiun televisi lokal di Indonesia. Visi ATVLI adalah untuk mewujudkan spirit otonomi daerah yang bermartabat di Indonesia bersama media televisi lokal. ATVLI memiliki tugas untuk menjalankan program kerja mereka antara lain pada bidang advokasi media, membangun kemitraan dengan semua pihak, mensosialisasikan anggota baik untuk kepentingan bisnis maupun non bisnis, dan juga program kerja lainnya. ATVLI berdiri dengan penuh perjuangan untuk dapat mempertahankan eksistensi

televisi lokal, dengan inti perjuangan pada Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

Melalui asosiasi ini sejumlah stasiun televisi lokal membawa komitmen bersama yaitu televisi lokal sebagai wujud spirit otonomi daerah yang bermartabat untuk persatuan Indonesia. Berdasarkan data yang diakses dari laman ATVLI per tanggal, 20 Desember 2018 jumlah stasiun televisi lokal yang tergabung dalam ATVLI terdapat 67 stasiun televisi. Namun dari jumlah tersebut hanya 47 stasiun televisi lokal yang masih aktif.

Menjamurnya stasiun televisi lokal ini bisa jadi merupakan indikasi menyebarnya sumber daya penyiaran di Indonesia, tetapi juga bisa karena kelatahan atau gengsi para pemilik modal di daerah tanpa memperhitungkan faktor-faktor kelayakan usaha. Target pemirsa televisi lokal adalah masyarakat lokal di mana stasiun televisi lokal tersebut siaran. Peran ideal stasiun televisi lokal adalah untuk melestarikan budaya dan nilai-nilai kearifan lokal.

Penulis mengetahui mengenai ATVLI, berawal dari keterarikan penulis untuk mengetahui lebih mendalam mengenai stasiun televisi lokal dan juga stasiun jaringan. Penulis berusaha mencari berbagai informasi melalui internet, dan akhirnya penulis menemukan ATVLI. Oleh karena itu penulis mencoba mengenal ATVLI melalui *website* www.atvli.or.id.

Mengutip dari penelitian yang dilakukakan oleh Lian Agustina (2016), televisi lokal merupakan media untuk mengembangkan potensi daerah. Televisi lokal bisa menjadi alternatif untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kemampuan dan menjadi media alternatif dalam muatan atau konten lokal. Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa televisi lokal memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari televisi lokal adalah lebih memungkinkan penayangan tokoh, lembaga dan prusahaan lokal. Selain itu televisi lokal juga menampung kearifan lokal dinamika masyarakat dan tayangan lebih dekat dengan emosional pemirsa. Kelemahan dari televisi lokal yaitu ada pada jangkauan siaran dan jam tayang yang masih terbatas. Serta materi penayangan juga menjenuhkan jika terlalu banyak waktu luang (Agustina, 2016, p. 6).

2.2.6 Emansipasi Perempuan

Berdasarkan data dari proyeksi BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia pada tahun 2018, jumlah penduduk Indonesia 265.015.300 jiwa. Indonesia termasuk sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia setelah Cina, India, dan Amerika Serikat. Berdasarkan data SUPAS tahun 2015, jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 255.182.144 jiwa pada tahun 2015 yang terdiri dari 128.232 juta laki-laki dan 126.950 juta perempuan. Pada provinsi Banten sendiri jumlah penduduk mencapai 11.934. 373 jiwa yang terdiri dari enam 6,088 juta laki-laki dan 5,845 juta perempuan.

Data SUPAS tahun 1995 menunjukkan bahwa penduduk perempuan berusia 16 tahun ke atas yang berhasil menyelesaikan

pendidikan SLTP ke atas baru mencapai 28,58 persen, sementara penduduk laki-lakinya mencapai 38,81 persen. Data yang sama menunjukkan bahwa semakin sedikit penduduk perempuan yang berhasil menyelesaikan pendidikan lebih tinggi dibanding laki-laki. Penduduk perempuan usia 25 tahun ke atas yang berpendidikan diploma atau sarjana baru sekitar 2,6 persen, hanya separuh penduduk laki-laki yang persentasenya sudah mencapai 4.67 persen. Selain itu, data SUSENAS 1999 memperlihatkan bahwa persentase penduduk perempuan berusia 10 tahun ke atas yang buta huruf (14.1%) juga jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk laki-laki yang sudah mencapai angka 6.3 persen.

Padahal dalam rangka menghadapi era globalisasi pada masa sekarang ini, kebutuhan akan kualitas sumber daya manusia khususnya dari kalangan perempuan yang lebih unggul dan mampu bersaing dalam tatanan kehidupan global merupakan kebutuhan yang sangat urgen. Peningkatan kualitas perempuan menjadi dasar untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan bagi suatu bangsa. Analisa ekonomi ini memberikan bukti bahwa rendahnya pendidikan dan ketrampilan perempuan, derajat kesehatan dan gizi yang rendah, serta terbatasnya akses terhadap sumber daya pembangunan akan membatasi produktivitas bangsa, membatasi pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi efisiensi pembangunan secara keseluruhan. (Asian

Development Bank, Kebijakan Bank Mengenai Gender dan Pembangunan, 1998).

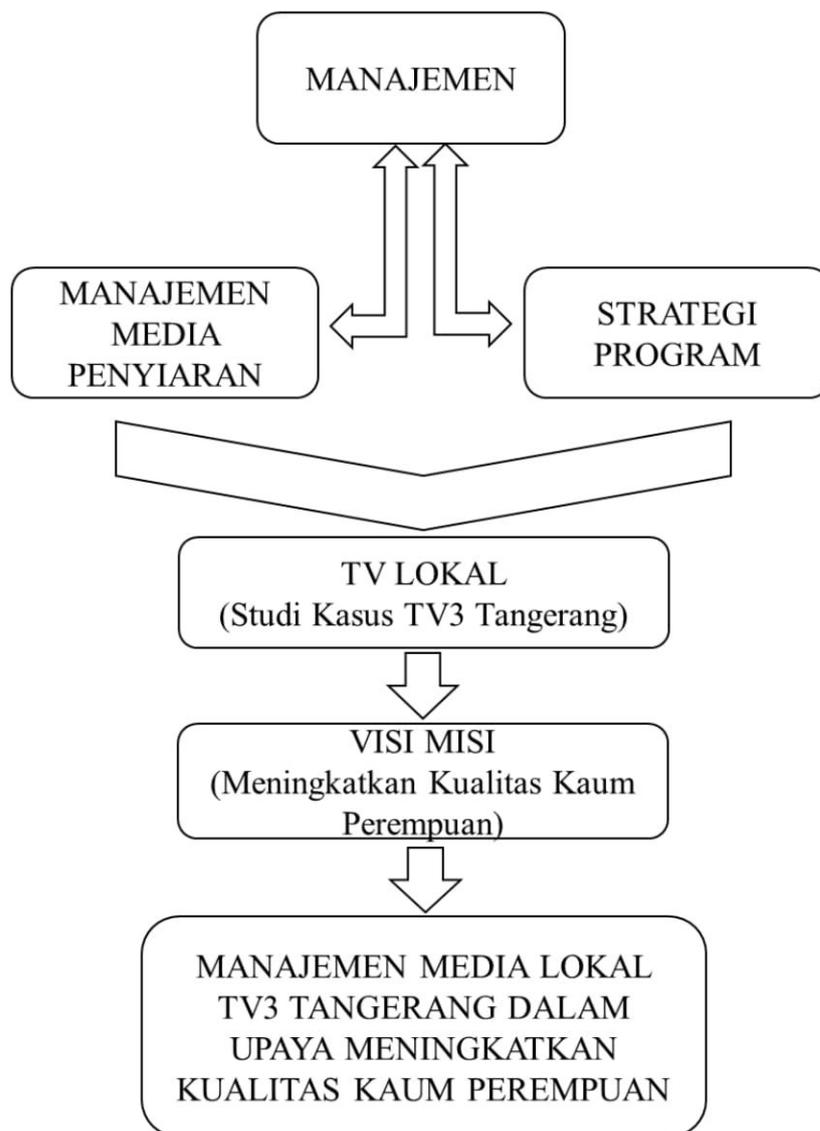
Budaya Indonesia yang beragam dan juga memiliki nilai sosial budaya yang patriarki juga memberikan pengaruh terhadap kesetaraan dan keadilan gender di Indonesia yang masih belum sepenuhnya terlaksana. Dengan demikian, untuk mewujudkan dan keadilan gender harus dilakukan upaya sebagai berikut: peningkatan peran perempuan dalam pengambilan keputusan diberbagai proses pembangunan, termasuk dalam perencanaan dan pengawasan, penguatan peran masyarakat, dan peningkatan kualitas kelembagaan berbagai instansi pemerintah, organisasi perempuan dan lembaga-lembaga lainnya (Parawansa, 2013). Persoalan paling penting yang menghalangi upaya peningkatan kualitas hidup yang setara adalah pendekatan pembangunan yang mengabaikan isu tentang kesetaraan dan keadilan gender (Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2016)

2.3 ALUR PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini memiliki fokus utama yaitu mengetahui bagaimana manajemen media televisi lokal TV3 Tangerang dalam upaya mendukung emansipasi perempuan. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivistik dan metode penelitian studi kasus. Dalam penelitian ini terdapat beberapa konsep yang digunakan yaitu; media massa, media penyiaran, manajemen

media penyiaran, strategi program, stasiun televisi lokal, dan emansipasi perempuan. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui manajemen media televisi lokal TV3 Tangerang yang memiliki visi misi sebagai media lokal yang mendukung emansipasi perempuan. Judul dari penelitian ini yaitu Manajemen Media Televisi Lokal TV3 Tangerang Dalam Upaya Mendukung Emansipasi Perempuan.

Gambar 2.2 Alur Penelitian



Sumber: Dok. Pribadi