



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dari berbagai macam media massa yang ada saat ini, televisi merupakan salah satu yang menyita perhatian banyak audiens. Dengan begitu informasi yang disiarkan melalui televisi akan selalu menjadi salah satu yang mudah diterima khalayak. Ini menjadi salah satu kelemahan televisi Indonesia, komunikasi satu arah, sehingga khalayak penonton menjadi pasif. artinya penonton tidak bisa memberikan tanggapan langsung. bahkan cenderung berpengaruh negatif (Darwanto: 2007). Namun menurut Vivian (2008: 478), dengan beragamnya media massa yang ada, membuat penonton dapat lebih aktif memilih media apa yang akan dipergunakan dalam memenuhi kebutuhannya dan yang sesuai dengan minat mereka. Orang akan membuka diri pada media yang isinya berkaitan dengan selera mereka. Dalam pengertian ini, penonton dapat mengontrol efek media atas diri mereka.

Semakin berkembangnya media televisi di Indonesia membuat berkembang industri televisi juga meningkat. Di tahun 2000 muncul lima stasiun televisi swasta baru yaitu Metro TV, Trans TV, Lativi, dan Global TV setelah sebelumnya juga ada Indosiar, RCTI, dan SCTV. Bahkan stasiun televisi luar negeri juga bisa dinikmati melalui televisi berlangganan. Dilihat dari lokasi stasiun televisi swasta yang memiliki hak penyiaran dengan skala nasional tersebut berada di Jakarta, menjadikan Indonesia menerapkan siaran televisi secara terpusat.

Keadaan ini dinilai tidak adil, karena tidak memberi kesempatan kepada masyarakat daerah untuk mengelola program siaran untuk daerahnya sendiri. Selain itu tidak selalu program yang disiarkan televisi nasional sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat di setiap daerah.

Setelah melihat keadaan itu, pemerintah mulai melakukan perubahan sistem pemerintahan secara bertahap dengan memulai sistem penyiaran berjangkauan yang mengakui keberadaan stasiun televisi daerah atau lokal (Morissan, 2008 : 104). Dapat dilihat dari dibentuknya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 yang berisikan tentang UU penyiaran yang mengamankan realisasi Sistem Siaran Berjangkauan (SSB). Sehingga muncul lah beberapa televisi lokal yang kemudian berkembang hingga saat ini, seperti Jak TV, O Channel, Banten TV, Space Toon, B Channel, dan Cahaya Televisi Banten.

Tujuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 ini selain mengatur siaran berjangkauan, juga untuk memantapkan pondasi bagi sistem penyiaran yang desentralis. Dimana siaran dari daerah dapat berkembang dan masyarakat daerah juga akan mendapatkan kebutuhan informasi yang sesuai ditunjang dengan adanya *proximity* atau rasa kedekatan dari penyiaran lokal tersebut. Sedangkan menurut Setiakarya (2010: 78), makna dari undang-undang tersebut adalah untuk memberikan keleluasaan pembangunan ekonomi, kesejahteraan masyarakat di daerah, juga agar penyiaran tidak terkonsentrasi di pusat.

Setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan barulah bermunculan berbagai macam televisi baru di seluruh Indonesia dan sudah tidak lagi terpusat di Jakarta. Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) menyatakan bahwa hingga kini telah

terhimpun lebih dari 25 industri televisi lokal yang tersebar di Indonesia. Di Banten sendiri terdapat lebih dari tiga televisi lokal. Salah satunya Cahaya Telvisi Banten.

Sekilas mengenai Cahaya Televisi Banten, Sejak diresmikannya propinsi Banten sekitar tahun 2000, Banten terus mengembangkan dan membangun kotanya di berbagai sektor. Banten, yang berbatasan langsung dengan Jakarta ini sangat berpotensi untuk memajukan berbagai industri di dalamnya, baik dari industri pariwisata, pertanian, bahkan memajukan perkembangan dibidang perumahan.

Menyadari akan adanya perkembangan yang signifikan, maka didirikanlah Cahaya Televisi Banten yang bertujuan untuk melengkapi kebutuhan masyarakatnya dalam pemberian informasi. Dengan jangkauan awal Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang, Kota Cilegon, Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, dan sebagian wilayah Jakarta, Bogor, serta Bekasi.

CTV Banten yang memiliki slogan “Cahaya Bagi Keluarga,” pertama kali mengudara pada tahun 2004. Dengan menggunakan jenis pemancar VHF dan menggunakan frekuensi 26 UH, dengan daya 10000 watt dan waktu siaran selama 18 jam, televisi lokal Banten ini berdiri. Hal ini dijelaskan dalam pemberian izin sementara pengguna Frekuensi Televisi Lokal oleh Kepala Dinas Perhubungan Provinsi Banten tertanggal 13 April 2004 Nomor 555.5/409-DPHB/K/2004 tembusan kepala Gubernur Banten, Sekretaris daerah Provinsi Banten, dan Direktur PT Cahaya Televisi Indonesia.

Program yang disiarkan pun beragam, dan yang menarik adalah divisi berita yang pasti ada disetiap stasiun televisi lokal tersebut. Baik yang bersifat *Hard News* atau *Feature*. Dengan adanya program berita di dalam rangkaian acara televisi lokal Banten, apakah akan menjadikan masyarakat yang berada di daerah tersebut lebih

memilih menonton televisi lokal untuk memenuhi informasi berita yang lebih dekat (*proximity*)? Atau masyarakat akan tetap memilih menonton program berita dari televisi nasional? Menurut Riswandi (2009), khalayak akan tertarik untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan langsung dengan kehidupannya dan lingkungannya.

Melihat fenomena ini, penulis ingin melihat apakah masyarakat daerah sudah mengapresiasi informasi dari televisi lokal. Berbeda dengan televisi lokal lain di daerahnya, bahkan jarang terlihat di televisi nasional, Cahaya Televisi Banten menyajikan empat program berita dengan perbedaan cangkupan penonton dengan nama Hallo Banten, Hallo Jakarta, Hallo Tangerang, Hallo Kampus, Dunia Kita, dan Fokus Dunia. Hallo Tangerang, menjadi program salah satu unggulan dari divisi *news* karena memiliki tingkat *proximity* yang kuat untuk daerah siar dan lokasi stasiun televisi dari Cahaya Televisi Banten sendiri. Selain itu, Hallo Tangerang yang berada di salah satu waktu *prime time* menarik untuk jadi objek penelitian penulis. Oleh karena itu penulis ingin mencoba melihat apakah program dari televisi lokal ini sudah dapat memenuhi kebutuhan khalayaknya atau tidak.

Dalam program *news* Hallo Tangerang sudah dibagi dalam beberapa *segment* dengan rapi. Konten berita yang ditayangkan pun selain bersifat lokal ada juga yang berskala nasional dengan tidak menghilangkan *proximity* dari Kota Tangerang itu sendiri. Program berita Hallo Tangerang ini diproduksi oleh Hendra Natipulu. Sejauh ini program Hallo Tangerang sudah berhasil selalu tayang setiap hari senin sampai jumat, pukul 18.25 WIB dengan durasi 30 menit. Segmentasi dari acara ini diharapkan dapat menjangkau semua umur.

Selain itu berdasarkan berdasarkan waktu tayang dari program berita Hallo Tangerang menunjukkan bahwa program ini diproduksi khusus untuk memberi

informasi lebih terkini dibanding televisi lokal lainnya yang dapat dinikmati di wilayah Tangerang. Televisi lokal yang frekuensinya berada di wilayah Tangerang selain Cahaya Televisi Banten seperti Banten TV, Jak TV, O Channel, dan Radar TV tidak menayangkan sebuah program berita di waktu yang sama dengan Hallo Tangerang. Hal ini bisa menjadi nilai tambah untuk mendapatkan keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pemirsa.

Dikutip dari Tempo.co, Cahaya TV Banten pada tahun 2006 sempat menargetkan kenaikan pendapatan iklan hingga 200 persen setelah mengalami peningkatan pendapatan dari tahun 2005 sebanyak 200-300 persen. Melihat dari kutipan berita online tersebut Cahaya Televisi Banten bisa dikatakan cukup mendapat tanggapan positif dari pemirsanya pada saat itu. Hal ini juga menjadi alasan bagi peneliti untuk membuktikan apakah benar Cahaya Televisi Banten sudah berhasil memuaskan pemirsanya melalui program yang ada dalam televisi tersebut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hubungan antara konsumsi program berita televisi lokal Hallo Tangerang dengan kepuasan informasi khalayak di Tangerang, khususnya di Kelurahan Sudimara Barat?

2. Bagaimana korelasi antara konsumsi program berita televisi lokal Hallo Tangerang dengan kepuasan informasi khalayak di Tangerang, khususnya di Kelurahan Sudimara Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana hubungan antara konsumsi menonton program berita televisi lokal Hallo Tangerang dengan kepuasan khalayak di Tangerang, khususnya Kelurahan Sudimara Barat.

2. Mengetahui besarnya korelasi antara konsumsi program berita televisi lokal Hallo Tangerang dengan kepuasan khalayak di Tangerang, khususnya Kelurahan Sudimara Barat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian penelitian yang terkait dengan penerapan teori *Uses and Gratification*, khususnya yang meneliti tentang konsumsi penggunaan informasi televisi lokal dan kepuasan yang diperoleh dari khalayaknya. Khalayak disini khususnya warga di wilayah Sudimara Barat.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang peningkatan kualitas program televisi lokal dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat lokalnya. Khususnya sebagai evaluasi program berita Hallo Tangerang di Stasiun Cahaya Televisi Banten.