

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi membuat industri media massa mengalami kemajuan. Banyak perusahaan media massa yang berdiri baik cetak, elektronik dan internet. Semua jenis media massa ini berlomba untuk melakukan inovasi demi menarik perhatian dari masyarakat. Salah satu contoh media massa elektronik yang ikut melakukan inovasi adalah Televisi. Menurut UU No. 32 Tahun 2002, televisi adalah sebuah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara bersamaan, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

di Indonesia mengalami perubahan penting, perubahan tersebut ditandai dengan semakin banyaknya media massa yang berkembang di Indonesia, sehingga sekarang informasi tidak hanya disampaikan secara tertulis, namun informasi juga dapat disampaikan secara audio atau *audiovisual*. Contohnya adalah banyaknya stasiun televisi lokal bermunculan di berbagai daerah. Stasiun – stasiun radio diperbolehkan memproduksi sendiri siaran berita-nya. Lahirnya media – media baru menjadikan semakin beragam dan pentingnya peran media dalam kegiatan komunikasi. Sekarangpun banyak sekali terdapat media cetak maupun media televisi lokal yang bermunculan di kabupaten / kota – kota kecil di daerah seperti stasiun televisi lokal di Kota Medan yaitu TVRI Sumatera Utara Medan

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat khalayak tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik itu radio atau televisi. Program dapat dianalogikan dengan produk atau barang (goods) atau pelayanan (service) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini khalayak dan pemasang iklan. Program dari analogi tersebut dapat diartikan bahwa program adalah produk yang ditawarkan kepada khalayak sehingga mereka bersedia menyaksikannya.

Sehingga terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau khalayak yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau khalayak. Media industri yang menghasilkan produk informasi tidak hanya bersaing dengan sesama produsen, tetapi juga harus berkompetisi dalam pasar dan khalayak yaitu konsumennya sendiri. Artinya, bahwa suatu program yang dapat dinilai baik adalah program yang tayangannya mampu mengikuti selera khalayak dan khalayak tersebut bersedia mengikuti suatu program yang disajikan tersebut. Beberapa stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia, tentu lebih mengutamakan tayangan-tayangan yang berupa hiburan dari pada yang bersifat informatif . Meskipun demikian, masih terdapat beberapa stasiun televisi swasta ataupun lembaga penyiaran publik yang tetap lebih mengutamakan informasi untuk disampaikan. Bisa dilihat bahwa saat ini, news atau program berita pun seringkali disajikan dengan cara yang menghibur. Gaya presenter berita pun berubah menjadi lebih santai dan tidak terlalu kaku. Dengan gaya penyajian yang seperti

itu, program news diharapkan membawa nuansa baru yang bisa lebih diterima masyarakat. Saat ini, tayangan televisi di Indonesia seakan tidak memiliki ciri khas. Bahkan tak jarang stasiun televisi menyajikan program tayangan yang hampir sama. Dimana berdasarkan realitas saat ini dominan stasiun televisi lebih berorientasi pada keuntungan, dimana kebanyakan pengelola media tidak mau mengambil resiko untuk rugi dan ditinggalkan penonton, sehingga mereka seringkali mendaur ulang materi yang sama namun dengan kemasan yang berbeda demi mendapatkan uang dengan cara cepat. Fenomena ini seakan menunjukkan tidak adanya perbedaan antara televisi yang satu dengan televisi lainnya karena menyajikan pola siaran yang relatif sama. TVRI juga mulai sedikit mengubah acaranya, walaupun masih kalah bersaing dalam memperebutkan pemirsa dengan TV swasta.

Penulis mengadakan survey awal pada bulan Januari 2023 dan wawancara kepada beberapa orang narasumber yang ada di TVRI Medan untuk mengetahui program andalan TVRI, tentang kepuasan penonton, berkurangnya penonton stasiun TVRI dibanding stasiun swasta, dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PR sudah efisien atau belum, Penulis juga mendapatkan data Nielsen perbandingan penonton antara TVRI Sumatera Utara dengan stasiun tv lain dari bulan Januari sampai bulan April, Data Nielsen adalah pemimpin global dalam pengukuran audiens, data dan analitik, membentuk masa depan media. berdasarkan hasil data tersebut diketahui perbandingan jumlah penonton stasiun TVRI yang semakin berkurang.

Table 1.1 Data Nielsen jumlah penonton stasiun TV Sumut

Week	Channel\ Variable	000s	AveTime/Viewer	Reach 000s [Not cons. - TH: 0min.]
01/01/2023	RCTI	47	0:45:12	1.478
-	SCTV	158	1:48:29	2.100
07/01/2023	MNCTV	100	1:07:27	2.124
	TVONE	22	0:30:36	1.057
	TVRI	1	0:07:21	110
	METRO	17	0:24:47	991
	TRANS	28	0:35:08	1.152
08/01/2023	RCTI	49	0:48:10	1.446
-	SCTV	161	1:47:44	2.160
14/01/2023	MNCTV	103	1:13:38	2.005
	TVONE	26	0:33:17	1.121
	TVRI	1	0:12:45	115
	METRO	24	0:33:17	1.046
	TRANS	24	0:33:48	1.041
15/01/2023	RCTI	45	0:46:47	1.354
-	SCTV	176	1:51:56	2.268
21/01/2023	MNCTV	106	1:10:14	2.182
	TVONE	29	0:35:19	1.182

	TVRI	1	0:08:31	128
	METRO	26	0:35:12	1.063
	TRANS	32	0:40:21	1.118
22/01/2023	RCTI	52	0:50:28	1.488
-	SCTV	182	1:50:46	2.370
28/01/2023	MNCTV	103	1:06:53	2.209
	TVONE	27	0:33:56	1.162
	TVRI	1	0:09:58	109
	METRO	18	0:27:03	975
	TRANS	27	0:34:17	1.158
29/01/2023	RCTI	45	0:45:44	1.422
-	SCTV	154	1:41:28	2.195
04/02/2023	MNCTV	103	1:10:33	2.095
	TVONE	27	0:33:37	1.128
	TVRI	1	0:10:39	123
	METRO	19	0:27:15	991
	TRANS	26	0:36:09	1.056
05/02/2023	RCTI	46	0:45:16	1.472
-	SCTV	174	1:49:32	2.288
11/02/2023	MNCTV	111	1:12:47	2.209
	TVONE	23	0:29:00	1.153
	TVRI	1	0:09:47	110

	METRO	19	0:29:46	930
	TRANS	25	0:33:02	1.090
12/02/2023	RCTI	44	0:46:41	1.353
-	SCTV	172	1:49:03	2.277
18/02/2023	MNCTV	114	1:13:29	2.228
	TVONE	31	0:37:03	1.178
	TVRI	1	0:17:32	131
	METRO	29	0:38:05	1.036
	TRANS	29	0:37:21	1.097
19/02/2023	RCTI	45	0:47:26	1.362
-	SCTV	147	1:38:32	2.148
25/02/2023	MNCTV	110	1:12:10	2.197
	TVONE	25	0:31:17	1.144
	TVRI	1	0:13:23	109
	METRO	15	0:21:45	979
	TRANS	25	0:36:32	1.014
26/02/2023	RCTI	54	0:53:28	1.448
-	SCTV	158	1:41:01	2.255
04/03/2023	MNCTV	119	1:15:31	2.269
	TVONE	27	0:32:38	1.218
	TVRI	1	0:08:38	127
	METRO	19	0:27:06	998

	TRANS	25	0:30:45	1.179
05/03/2023	RCTI	53	0:52:04	1.471
-	SCTV	154	1:37:15	2.273
11/03/2023	MNCTV	122	1:13:38	2.384
	TVONE	22	0:27:03	1.189
	TVRI	1	0:07:40	138
	METRO	18	0:25:25	1.001
	TRANS	25	0:33:27	1.076
12/03/2023	RCTI	44	0:45:32	1.395
-	SCTV	145	1:37:51	2.144
18/03/2023	MNCTV	116	1:12:45	2.295
	TVONE	22	0:28:36	1.115
	TVRI	1	0:11:43	141
	METRO	15	0:22:41	942
	TRANS	28	0:34:30	1.159
19/03/2023	RCTI	47	0:46:38	1.445
-	SCTV	168	1:41:14	2.387
25/03/2023	MNCTV	133	1:21:59	2.338
	TVONE	20	0:22:31	1.291
	TVRI	3	0:10:34	425
	METRO	17	0:22:12	1.088
	TRANS	28	0:32:24	1.260

26/03/2023	RCTI	46	0:42:43	1.559
-	SCTV	176	1:40:57	2.508
01/04/2023	MNCTV	134	1:19:46	2.415
	TVONE	19	0:22:18	1.236
	TVRI	5	0:11:39	627
	METRO	16	0:21:58	1.041
	TRANS	37	0:35:09	1.506
02/04/2023	RCTI	50	0:46:57	1.546
-	SCTV	180	1:39:04	2.615
08/04/2023	MNCTV	131	1:22:38	2.283
	TVONE	21	0:23:56	1.285
	TVRI	6	0:14:30	560
	METRO	15	0:22:02	970
	TRANS	28	0:30:20	1.331
09/04/2023	RCTI	49	0:47:21	1.486
-	SCTV	177	1:43:21	2.470
15/04/2023	MNCTV	144	1:22:53	2.496
	TVONE	19	0:24:04	1.164
	TVRI	4	0:10:25	542
	METRO	12	0:18:35	927
	TRANS	28	0:31:11	1.299
16/04/2023	RCTI	36	0:41:49	1.232

-	SCTV	156	1:37:24	2.307
22/04/2023	MNCTV	118	1:20:30	2.103
	TVONE	24	0:29:32	1.124
	TVRI	3	0:09:07	380
	METRO	12	0:20:08	842
	TRANS	27	0:34:23	1.137
	23/04/2023	RCTI	34	0:47:49
-	SCTV	118	1:31:05	1.869
29/04/2023	MNCTV	88	1:12:49	1.741
	TVONE	14	0:24:29	863
	TVRI	1	0:10:52	130
	METRO	13	0:27:41	658
	TRANS	30	0:43:33	970

berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam sebuah judul skripsi yaitu "**Strategi Komunikasi *Public Relations* Dalam Pengelolaan Siaran Pada Stasiun TVRI Sumatera Utara Medan**".

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada Strategi komunikasi *Public Relations* di TVRI Medan. Setelah membatasi masalah penelitian, maka rumusan masalah yang penulis deskripsikan adalah "**Bagaimana Strategi komunikasi *Public Relations* Dalam Pengelolaan Siaran pada stasiun TVRI Sumatera Utara Medan**"?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui Strategi komunikasi *Public Relations* dalam pengelolaan siaran pada stasiun TVRI Sumatera Utara Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, manfaat yang akan diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dibidang pendidikan, terutama dibidang ilmu komunikasi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi contoh rujukan dalam meneliti Strategi komunikasi *Public Relations* dalam pengelolaan siaran pada stasiun televise.

