

Studi ekonomi media : membaca selera pemirsa masyarakat televisi Denpasar

Ni Made Ras Amanda G., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=107273&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang sejalan dengan perkembangan dunia politik di Indonesia pada tahun 1998. Angin reformasi saat itu tidak hanya membuka peluang untuk menambah jumlah stasiun televisi swasta, namun juga gerakan di daerah untuk mendirikan televisi maupun radio, baik swasta, komunitas maupun publik. Materi siaran selama ini dikuasai stasiun nasional yang berpusat di Jakarta, yang relatif selalu mengangkat isu dan wacana nasional sedangkan wacana di daerah seringkali tidak mendapat perhatian. Di sisi lain dengan hadirnya televisi-televisi lokal, maka perebutan kue iklan di televisi yang sudah sangat ketat akan semakin ketat PT Bali Ranadha Televisi adalah salah satu televisi swasta lokal di Indonesia, yang mengudara di daerah Bali dan sekitarnya. Kehadiran BaliTV di Bali mendapat perhatian khusus dari masyarakat Bali, dengan program bermuatan lokal, posisi rating BaliTV di Bali berada pada urutan keempat setelah Indosiar, RCTI dan SCTV.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh mengenai pola masyarakat di Denpasar dalam menggunakan televisi, jenis hiburan dan informasi apa yang dikonsumsi mereka, dan mengetahui ragam kebutuhan program televisi yang diinginkan masyarakat di Bali khususnya di Denpasar.

Penelitian menggunakan kerangka pemikiran studi ekonomi media, yang terfokus pada konsumen pengguna media dengan mempelajari karakteristik konsumen pengguna media televisi, meliputi kelompok umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan kelompok berdasarkan status sosial ekonomi sampai pada budaya yang mereka anut hingga pola penggunaan media televisi. Pola penggunaan ini terbagi dari program acara yang mereka sukai, saluran televisi hingga durasi menonton televisi.

Penelitian ini menggunakan dua metode penelitian, yakni metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Sifat penelitian ini bersifat deskriptif, dimana memaparkan suatu situasi atau peristiwa. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan dua teknik; yakni dengan studi dokumen data rating yang dikeluarkan Nielsen Media Research Indonesia. Lalu untuk memperkaya data dan menjawab fenomena yang didapatkan peneliti melakukan wawancara pada masyarakat pengguna televisi di Denpasar, Bali.

Dari hasil penelitian diketahui, di antara faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi seseorang, faktor budaya adalah faktor terbesar yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat khususnya dalam menggunakan televisi. Untuk kelompok masyarakat yang mempunyai kecenderungan budaya yang homogen dan masih menjunjung tinggi nilai-nilai budaya dan norma-norma yang sangat mengikat di dalam masyarakat, maka faktor budayalah yang memberi kontribusi terbesar dalam menentukan pola konsumsi seseorang.

Berdasarkan pada asumsi studi ekonomi media, media berfungsi dalam dual pasar produksi, yakni menjual program kepada masyarakat dengan, dan sebagai mempromosikan produk dari pengiklan. Dari hasil penelitian ini, diketahui peran televisi khususnya televisi swasta komersial, lebih sebagai wadah untuk melayani pengiklan dibanding melayani masyarakat pada umumnya.

Televisi bagi masyarakat di Denpasar lebih digunakan sebagai media hiburan dibandingkan dengan media informasi. Tipe program acara yang mereka sukai adalah acara serial komedi, atau acara yang mengundang tawa. Terutama komedi yang ditayangkan BaliTV dengan mengangkat budaya lokal, yang menggunakan bahasa daerah.

Penelitian ini mengimplikasikan pada perlunya menyusun program dengan terus menerus melakukan riset terhadap budaya lokal serta unsur proximity atau lokalitas lainnya antara lain program acara variety show, yang menampilkan kesenian-kesenian Bali, mulai dari lawak Bali hingga sajian musik Bali.