

TV proximity sebagai strategi bersaing TV lokal dengan TV nasional : studi kasus acara gubernur kita di JAKTV

Luntungan, Steven Y. Audy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=112563&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kompetisi di Industri televisi begitu ketat terlihat dengan kehadiran 11 TV nasional dan 28 TV lokal yang masih terus bertambah. PerTarungan menampilkan tayangan yang menarik akan menjadi faktor yang paling penting dalam industri televisi. Tren program saat ini dikendalikan oleh rating, yang berakibat pada keseragaman program yang mengedepankan nilai-nilai dan budaya metropolis perkotaan. Namun, masyarakat di daerah saat ini telah memiliki ruang untuk menikmati informasi seputar daerahnya melalui tayangan Televisi lokal. Tayangan yang membawa kandungan lokal adalah andalan sekaligus strategi yang dilakukan TV lokal untuk bisa bersaing dengan TV Nasional. Strategi seperti itu dinamakan TV Proximity.

Kedekatan pada konsep TV Proximity tidak hanya diukur dengan jarak, namun juga dengan kedekatan emosi. Kedekatan emosi pemirsa bisa ditunjukkan lewat budaya, perilaku, gaya hidup, lingkungan, sosial, ekonomi, dan politik. Dengan mempelajari sumber sekunder, melakukan wawancara mendalam terhadap sejumlah narasumber, melakukan observasi terhadap dinamika proses bisnis televisi lokal, serta melakukan analisa isi terhadap program acara, penelitian kualitatif ini dilakukan untuk mengetahui apakah konsep TV Proximity sudah disadari dan dilaksanakan oleh TV lokal di dalam bersaing dengan TV nasional khususnya dengan memperhatikan program acara yang ditayangkan.

TV Lokal yang dipilih adalah JAKTV di kota Jakarta dengan kasus program acara Gubernur Kita. Analisa yang digunakan untuk studi dengan perspektif Ekonomi Media ini, menggunakan beberapa level analisa; dimana analisa akan dilakukan secara holistik, mulai dari level makro untuk melihat kondisi pertelevisian di Indonesia, lalu level meso untuk meneliti TV Proximity pada proses produksi dan proses konsumsi program TV Lokal, serta di level mikro untuk meneliti TV Proximity pada isi acara Gubernur Kita.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa JAKTV sebagai stasiun TV lokal memang sangat memperhitungkan dan membuat rencana serta proses produksi yang berbasis pada TV Proximity. Penampilan dan pemilihan lagu pembuka acara Gubernur Kita yang sarat dengan budaya Jakarta (Betawi) serta pemilihan tokoh-tokoh dan topik yang memang tepat dengan suasana Jakarta (sampah, banjir, mahalnya sekolah, fasilitas kesehatan,

pengangguran), satu tahun menjelang Pilkada 8 Agustus 2007, membuat JAKTV melaju sendirian sebelum TV-TV lain (nasional) baru membicarakannya pada sekitar 3 bulan menjelang hari pemungutan suara Pilkada DKI Jakarta. Dari proses konsumsi media, terbukti baik para penonton maupun pemasang iklan tertarik serta masih memiliki memori yang baik terhadap TV Proximity dari acara Gubernur Kita.

Penelitian ini merekomendasikan agar konsep TV Proximity -khususnya sebagai strategi TV Iokal- bisa lebih banyak dikaji dalam perspektif Ekonomi Media, karena di tengah keterbatasan sistem rating (yang jarang sekali memberi angka yang memadai bagi program-program TV Iokal; ini harus dibaca dalam konteks rating di Indonesia yang mulai diragukan validitas dan reliabilitasnya karena tidak pernah disertifikasi/diperiksa oleh sebuah Media Rating Council), ternyata TV Proximity -melalui acara sejenis Gubernur Kita di Jak TV- mampu memenangkan hati berbagai stakeholders yang terkait dengan program tersebut.