

Persaingan Antar Media Televisi Swasta dalam Memperebutkan Iklan (Suatu Analisis dan Aplikasi Teori Niche terhadap Persaingan Antara RCTI dan TPI)

Sigismond B.W. Notodipuro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284683&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia periklanan di Indonesia semakin bertambah semarak dengan diijinkannya kembali penayangan iklan pada media televisi swasta. Pada tahun 1989 Rajawali Citra Televisi (RCTI), media televisi swasta pertama di Indonesia, mulai beroperasi dengan menyiarkan program-program acaranya di Jakarta dan sekitarnya. Pada tahun 1991, RCTI mempunyai saingan dalam memperebutkan iklan yang disediakan untuk media televisi, yaitu Televisi Pendidikan Indonesia (TPI). Sejak saat itu timbul suatu fenomena baru di kalangan dunia periklanan Indonesia, yaitu persaingan antar media televisi swasta. Dalam penelitian ini, persaingan antara RCTI dan TPI dalam memperebutkan iklan di tahun 1991 dan 1992, adalah permasalahan yang akan digambarkan. Karena untuk menggambarkan suatu permasalahan, maka penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif guna memperoleh data-data yang diperlukan untuk dianalisis. Untuk menggambarkan persaingan yang terjadi pada media massa, Dimmick dan Rothenbuhler mengembangkan Teori Niche yang berasal dari ilmu ekologi. Menurut mereka, persaingan antar media massa dapat digambarkan dengan mengukur celung kehidupannya atau Niche-nya dengan menggunakan dua konsep yaitu Niche Breadth dan Niche Overlap. Penulis mengaplikasikan Teori Niche untuk menggambarkan persaingan antara RCTI dan TPI dalam memperebutkan iklan di tahun 1991 dan 1992. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan antara RCTI dan TPI dalam memperebutkan iklan, menunjukkan grafik yang menurun di tahun 1992. Persaingan yang terjadi antara keduanya dalam memperebutkan iklan di tahun 1991, yaitu pada saat mereka mulai bersaing, menunjukkan angka tingkat persaingan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 1992.