

## Kompetensi antar stasiun televisi di Indonesia : Analisa dan aplikasi teori Niche dan pendekatan Uses and Gratification dalam penelitian tentang kompetisi antara RCTI, SCTV dan Indosiar

Cut Triana Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70956&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kompetisi dalam industri media massa di Indonesia, khususnya televisi semakin ketat. Hal ini disebabkan karena munculnya semakin banyak stasiun televisi baru. Khalayak yang merupakan sumber pemasukan yang sangat berarti bagi media massa, tentu semakin diperebutkan. Dan semua stasiun televisi yang ada saat ini, berdasarkan data dari Media Scene, ada tiga stasiun yang lebih menonjol dibanding yang lainnya yaitu RCTI, SCTV, dan Indosiar. Ketiganya juga memiliki segmen pemirsa dan jenis program acara yang hampir sama. Kemampuan ketiganya dalam memenuhi kebutuhan pemirsa akan menentukan stasiun mana yang lebih unggul.

<br /><br />

Tujuan dari studi ini adalah untuk melihat pola penggunaan media oleh pemirsa, jenis kepuasan yang dicari pemirsa, serta kepuasan yang mereka peroleh, juga tingkat persaingan diantara ketiga stasiun televisi tersebut dalam memenuhi kebutuhan pemirsanya. Kepuasan yang diperoleh pemirsa diibaratkan sebagai "niche" atau celung yang menjadi keunggulan satu stasiun televisi dibanding yang lainnya.

<br /><br />

Ada dua landasan teori yang digunakan yaitu Uses And Gratification dan Niche Theory. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sahid angkatan 1998, 1999, dan 2000 yang berjumlah 78 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah single cross sectional survey. Untuk melihat perbedaan tingkat kepuasan yang diperoleh pemirsa, digunakan metode analisa varians satu jalan (Oneway Anova).

<br /><br />

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga stasiun televisi lebih banyak ditonton oleh pemirsa dari kategori light viewer. RCTI lebih mendapat perhatian untuk acara musik, drama, film sari lepas, program kebudayaan dan berita dalam negeri. Indosiar lebih menarik penonton pada program komedi, kuis, dan olah raga. Sedangkan SCTV hanya mendapat perhatian pada program berita luar negeri. Dua kebutuhan yang sangat dicari oleh khalayak dalam menggunakan media adalah terhibur dan relaks-santai.

<br /><br />

Hasil analisa oneway anova menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada kepuasan yang diperoleh dari masing-masing kelas penonton. Juga tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang diperoleh pemirsa pada ketiga stasiun televisi. Pemirsa menganggap ketiganya memiliki kemampuan yang sama dalam memenuhi kebutuhan mereka. Sehingga kita dapat mengatakan bahwa tingkat persaingan diantara RCTI, SCTV, dan Indosiar sangat tinggi karena ketiganya memperebutkan satu celung yang sama. Tidak ada celung khusus yang membuat satu stasiun lebih unggul dari yang lainnya.

<hr>

Competition in mass media industry in Indonesia, specially, for television is more tightly. It is caused by the more emerging new television stations. Significantly, of courses the audiences (television watchers) as

inputs more he cared with. Currently, for all existing television stations based on data from Media Scene, there are three remarkable stations than others, those are RCTI, SCTV, and Indosiar. Three those are having almost similar market segment and programs. The capability of them to satisfy their audiences will determine which station brand is leader.

<br /><br />

The objective of this study is to see the pattern of mass media usage by audiences, the gratification sought by the audiences, and the gratification they obtained, as well as competition degree among those three stations in satisfying its audiences needs. The satisfaction they need is resembled as 'niche' to be one leading television station than others. There are two theories being used : Uses and Gratification and Niche Theory.

<br /><br />

Sample of this research is students in major Communication Science of Sahid University from generation 1998, 1999 and 2000. The total sample is 78 students. The used research method is single cross sectional survey. To see the differences on satisfaction level of audiences had been applied one way analysis of variance (One Way Anova).

<br /><br />

This research result had indicated that more numerously, all three stations had been watched by the audiences from light viewer category. RCTI more having attention from programs of music, drama, non serial film, culture and domestic news. Indosiar that of comedy program, quiz, and sport. Whereas, SCTV that of foreign news. Two necessities being wanted by audiences in using mass media is feeling enjoy and relax.

<br /><br />

Significantly, analysis result of one way Anova had indicated there is no difference on satisfaction being obtained by each audience category. Neither found the difference of satisfaction level obtained by audiences of all three television stations. The audiences had supposed that those three television stations having same capability in satisfying their needs. Hence, we may say that competition degree among RCTI, SCTV and Indosiar is very high because they should win one similar niche. There is no special niche making one station is leader than others.