

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Pada era Orde Baru, bisnis media terkonsentrasi pada sekelompok kecil pengusaha dan aktor politik yang mempunyai akses ke pusat kekuasaan. Masa itu dikenal dengan era *state regulation*.¹ Semenjak reformasi bergulir dan kebebasan berekspresi menyeruak ke permukaan, era *market regulation* pun dimulai dan banyak perusahaan media massa swasta, termasuk media televisi, bermunculan. Tercatat lima stasiun televisi baru didirikan di akhir 90-an hingga awal 2000-an, yaitu Trans TV, TV7, Lativi, Global, dan Metro TV. Pemain-pemain “baru” itu menambah persaingan yang sebelumnya sudah dihuni RCTI, SCTV, TPI, AnTV dan Indosiar. Era baru pertelevisian berada di depan mata dengan harapan besar akan adanya pasokan informasi beragam yang mampu mengakomodir kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat luas.

Di sisi lain, bertambahnya jumlah stasiun televisi secara bersinam-bungan juga menambah persaingan usaha diantara mereka dan strategi pemrograman menjadi perhatian utama. Ishadi SK seorang tokoh dalam industri televisi pernah memaparkan, manakala media semakin banyak, pilihan khalayak juga semakin banyak sehingga persaingan dalam industri media semakin tajam. Ketika kreativitas untuk mencari celah persaingan sudah semakin sempit, berkembanglah pilihan yang paling sederhana yaitu mengikuti “mainstream-me too”*.² Tidak jarang kesuksesan tayangan yang dialami sebuah stasiun kemudian diikuti oleh stasiun lainnya. Masih hangat di ingatan kita tentunya bagaimana fenomena *reality show* dan ajang pencarian bakat merajai layar kaca kita. Belum lagi menyebut perang opera sabun atau sinema elektronik yang sedang hangat saat ini.

¹ Effendi Gazali. *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran*. (Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2003). Hlm 7

² <http://jurnalkomunikasi.wordpress.com/2008/07/11/menyoal-bisnis-televisi/> , diakses pada 30 Agustus 2008 pkl. 18.44 WIB

*Istilah Mainstream-me too terbentuk dari dua kata yang pengertiannya serupa. Mainstream artinya menjual barang atau jasa yang sudah banyak tersedia dan terbukti disukai pembeli, sedangkan Me-too artinya menggunakan produk, metode, atau kebijakan dari orang lain atau kompetitor bisnis yang sukses. Sumber kutipan : http://encarta.msn.com/dictionary_1861693564/me-too.html, diakses pada 2 November 2008, pkl. 17.52 WIB; <http://www.businessdictionary.com/definition/mainstream.html> . , diakses pada 2 November 2008, pkl. 17.52 WIB

Ketika pertumbuhan industri mulai mengalami kejenuhan dan muncul tekanan-tekanan akibat meningkatnya ongkos produksi dan distribusi, penurunan keuntungan, dan perubahan karakter pasar, terjadi transisi dari proses diferensiasi ke proses konsentrasi.³

Untuk meningkatkan efisiensi dan sebagai salah satu strategi dalam menghadapi ketatnya kompetisi, sejumlah perusahaan menyatukan diri atau berintegrasi. Itulah yang dialami TV7. Dana US\$20 juta (sekitar Rp200 miliar) yang digelontorkan Kelompok Kompas Gramedia sebagai modal awal hanya mampu menopang selama lima tahun. Demikian juga Lativi milik Abdul Latief, sempat tergerus rugi dan berada di ambang kebangkrutan. Sejak tahun 2003 Latief tak lagi mampu membayar utang ke Bank Mandiri yang besarnya Rp 450 miliar, sebelum Capital Managers Asia (CMA), perusahaan investasi milik Grup Bakrie yang juga pemegang 80% saham AnTV, menalangi utang tersebut. Akhirnya Lativi melebur bersama AnTV dibawah bendera News Corp. Sebenarnya, AnTV juga sempat mengalami masalah serupa. Tahun 2002 perusahaan ini hampir bangkrut. Hanya, AnTV berhasil merestrukturisasi 80% utangnya menjadi penyertaan modal. Namun, yang membuat AnTV “kuat” adalah masuknya Star TV Hong Kong milik taipan media Rupert Murdoch, yang membeli 20% saham AnTV, sebagai investor.⁴ PT Indosiar Karya Media Tbk. (Indosiar) juga terus merugi. Tahun 2005, rugi bersih sebesar Rp 141,2 miliar membengkak menjadi Rp 297,6 miliar pada tahun buku 2006 (52,66 persen).⁵ Atas inisiatif untuk menyelamatkan keberlangsungan hidup stasiun yang pailit, upaya merger dan akuisisi diterapkan.

Pemerintah juga mendorong langkah ini agar industri televisi nasional menjadi sehat. Menteri Komunikasi dan Informatika pada saat itu (2006), Sofyan Djalil, mengatakan hal tersebut penting dilakukan mengingat saat ini jumlah stasiun televisi swasta terlalu banyak. Dampaknya, dari segi bisnis sebagian besar

³ Pinkey Triputra. *Dilema Industri Penyiaran di Indonesia: Studi tentang neoliberalisme dan perkembangan pertelevisian di Era Orde Baru dan Reformasi*. (Disertasi S3 FISIP UI, 2004). Hlm 93.

⁴ http://www.wartaekonomi.com/search_detail.asp?aid=8181&cid=24&x=raja%20tv, diakses pada 30 Agustus 2008 pkl. 17.15 WIB

⁵ <http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2007/06/29/brk,20070629-102849.id.html>, diakses pada 30 Agustus 2008 pkl. 16.33 WIB

perusahaan televisi swasta nasional masih merugi. Ia menambahkan jika stasiun televisi nasional dapat melakukan konsolidasi dengan melakukan merger, potensi bisnisnya akan semakin menguntungkan. Di samping itu, televisi lokal bisa mendapatkan alokasi kanal frekuensi yang memadai.⁶

Media Nusantara Citra (MNC) sebagai induk perusahaan dari RCTI mencuri kesempatan dengan mengakuisisi TPI dan Global dalam satu payung manajemen yang sama pada tahun 2003⁷. Para Group yang membawahi Trans Corp dan Trans TV, mengambil alih TV7 dari Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Agustus 2006, Trans Corp membeli saham TV7 sebesar 49 persen dan dengan komposisi kepemilikan 51:49, pihak Trans Corp mengubah nama TV7 menjadi Transl7. Presiden PT Televisi Transformasi Indonesia, Ishadi S.K. menjelaskan, integrasi horizontal antara Trans TV dan Transl7 bertujuan meningkatkan efisiensi sekaligus menambah pemasukan iklan dan pangsa pasar. Kini, penguasaan pasar kedua TV itu mulai bergerak naik. Jika pada semester pertama Trans TV menguasai 13,8% dan Transl7 hanya 6%, maka sampai awal Desember ini Trans TV terkerek menjadi 14,6% dan Transl7 menjadi 6,3%.⁸

Seperti yang dikemukakan Shoemaker dan Reese dalam bukunya *Mediating The Message* bahwa pergantian kepemilikan dapat mempengaruhi muatan tayangan karena terjadinya perubahan kebijakan korporasi menyangkut nilai-nilai, tujuan, dan budaya kerja.⁹ Sebuah contoh datang dari konglomerat media Rupert Murdoch ketika ia membeli harian Chicago Sun-Times pada tahun 1984 dan merubah harian serius tersebut menjadi surat kabar sensasional, sama seperti harian yang dimiliki sebelumnya yaitu New York Post dan Boston Herald. Hal ini dilakukan Murdoch untuk mendorong sirkulasi penjualan.¹⁰

Pemerhati media Riri Satria menilai, saat ini belum terlihat jelas strategi positioning antara Trans TV dan Transl7. saat ini menurutnya Trans TV dan

⁶ www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2006/07/27/brk,20060727-80716,id.html , diakses pada 23 Agustus 2008, pkl. 08.25 WIB

⁷ <http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2003/09/02/brk,20030902-41,id.html>, diakses pada 23 Agustus 2008, pkl. 08.25 WIB

⁸ <http://www.gatra.com/2007-01-01/artikel.php?id=100727>, diakses pada 23 Agustus 2008, pkl. 08.37 WIB

⁹ Pamela J. Shoemaker, Stephen D. Reese. *Mediating The Message. Theories of Influences on Media Content.* (2nd ed.). (New York:Longman Publisher, 1996). Hlm 164

¹⁰ *Ibid.* Hlm 165

Transl7 seperti dua entitas berbeda yang mengarah pada satu produk.¹¹

Masyarakat Pers dan Penyiaran Indonesia (MPPI) bahkan sampai mengajukan somasi kepada Komisi Penyiaran Indonesia. Dalam somasinya, MPPI menyatakan sejumlah perusahaan melanggar aturan dalam Undang-Undang Penyiaran. Aturan itu melarang sebuah perusahaan memiliki lebih dari dua stasiun televisi dalam sebuah provinsi. MPPI menganggap kepemilikan jamak itu merugikan publik karena terjadi penyeragaman acara. Lembaga ini menuding Para Group dan PT Media Nusantara Citra (MNC).¹²

I.2. Permasalahan

Integrasi, pengambilalihan stasiun televisi atau penyuntikan dana, menurut pakar budaya massa dan pengamat dunia pertelevisian, Veven Sp Wardhana hanya berupa investasi yang meniadakan kemungkinan runtuh atau bangkrutnya sebuah stasiun televisi tertentu, atau minimal, mengulur waktu si stasiun televisi tersebut sebelum benar-benar tenggelam.¹³ Merger dapat mengurangi biaya operasional sekaligus menyisakan pekerjaan rumah dalam bagaimana memposisikan sebuah produk media hasil integrasi, jadi teori sendiri tidak bisa memprediksikan apakah integrasi akan meningkatkan varietas program atau tidak.¹⁴ Strategi manajemen yang dilakukan Trans Corpora dalam menyulap “anak baru”-nya dengan menempatkan beberapa orang di dua perusahaan, tanpa disadari dapat merubah identitas TV7 yang lama. Secara manajerial dan performa, Transl7 memang lebih baik dari TV7.¹⁵ Namun dibalik itu menularnya budaya TransTv diduga memiliki implikasi terhadap muatan tayangan di Transl7.

Jika dilihat dari jenis acara non jurnalistik yang diusung kedua stasiun memang terlihat adanya keseragaman. Kecenderungan yang paling kentara adalah bahwa kedua stasiun televisi tersebut banyak memproduksi Magazine/Feature,

¹¹ <http://www.swa.co.id/swamajalah/praktik/details.php?cid=1&id=5865&pageNum=7>, diakses 23 Agustus 2008, pkl. 08.52 WIB

¹² <http://www.suarapembaruan.com/News/2007/08/26/Utama/ut01.htm>, diakses pada 23 Agustus 2008, pkl. 08.45 WIB

¹³ <http://www.gatra.com/2007-01-01/artikel.php?id=100727>, diakses pada 23 Agustus 2008, pkl. 08.37 WIB

¹⁴ Steven T Berry, Joel Waldfogel, *Do Mergers Increase Product Variety? Evidence From Radio Broadcasting*. The Quarterly Journal of Economics, 2001

¹⁵ <http://www.swa.co.id/swamajalah/praktik/details.php?cid=1&id=5865&pageNum=5>, diakses 23 Agustus 2008, pkl. 08.52 WIB

Infotainment dan Talkshow. Formula program seperti itu memang terbukti mampu mendatangkan keuntungan bagi Trans TV, selain faktor efisiensi biaya produksi melalui *in-house production*, Trans TV menguasai 14,6% pangsa pasar dan strategi pemrograman tersebut mungkin sengaja ditularkan pada Transl7.¹⁶

Keseragaman muatan tayangan dapat menjadi masalah baik bagi publik maupun kelangsungan perusahaan media itu sendiri. Sebagai contoh semenjak diakuisisi, jenis tayangan di Transl7 menjadi mirip dengan saudara tuanya. Jika di Trans TV ada *Good Morning* yang dipandu Rieke Dyah Pitaloka dan Ferdy Hasan, maka di Transl7 ada *Selamat Pagi* yang dibawakan Desy Ratnasari dan Dik Doang. Kedua acara tersebut sama-sama berformat *tv magazine* yang menampilkan berita-berita ringan. Contoh lainnya adalah Talkshow Rumpi di Transl7 memiliki kemiripan dengan acara serupa di Trans TV yaitu Ceriwis. Selain sama dalam format tayangan, keduanya sama-sama memakai tiga presenter dengan komposisi dua laki-laki dan satu wanita. Rumpi mengandalkan trio Deby Sahertian, Ramzi, dan Ruben Onsu, sedangkan trio Indy Barends, Indra Bekti, dan Olga Syahputra menjadi andalan Ceriwis. Topik talkshow yang ditampilkan keduanya juga mirip, yaitu topik-topik seputar kehidupan sehari-hari, kisah selebriti, dan keunikan dalam masyarakat yang dibalut dalam nuansa santai dan humoris. Lebih lengkapnya bisa dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Program Trans TV dan Transl7 yang memiliki keseragaman.

JENIS ACARA	TRANSTV	Transl7	INDIKASI KESERAGAMAN
MAGAZINE/ FEATURE/ DOKUMENTER	Good Morning	Selamat Pagi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Format acara serupa yaitu magazine ✓ Dipandu oleh sepasang presenter laki-laki dan wanita. ✓ Berita yang ditampilkan termasuk kategori softnews dan mengangkat keunikan serta human interest.

¹⁶ <http://www.gatra.com/2007-01-01/artikel.php?id=100727>, diakses pada 23 Agustus 2008, pkl. 08.37 WIB

	Koper dan Ransel Selebriti	Wisata Belanja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Format acara feature ✓ Dipandu selebriti ternama ✓ Tema serupa yaitu pariwisata dan lifestyle berbelanja
TALKSHOW	Ceriwis	Rumpi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Format acara talkshow ✓ Dipandu beberapa presenter ✓ Memakai band sebagai pengiring ✓ Tema talkshow seputar topik ringan yang aktual, ✓ Dibalut dengan nuansa humor
INFOTAINMENT	Insert	I-Gossip	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tema seputar kehidupan selebriti terkini ✓ Dipandu sepasang presenter laki-laki dan wanita

Sumber : www.transtv.co.id dan www.trans7.co.id

Pakar media Ade Armando berpendapat bahwa integrasi dengan skema merger dan akuisisi sudah menjadi hal yang lumrah dalam era kapitalisme dewasa ini, tapi masalahnya media massa bukanlah produk atau jasa yang biasa.¹⁷ Media massa memakai spektrum frekuensi radio yang merupakan ranah publik sehingga penggunaannya memerlukan kehati-hatian agar tidak mencederai hak publik. Croteau dan Hoynes juga berpendapat dengan integrasi dan konglomerasi, perhatian utama dari kepemilikan media adalah pengaruhnya terhadap produk media terutama masalah potensi homogenisasi.¹⁸

Menurut John Vivian terdapat dua model media massa yaitu Information Model dan Entertainment Model. Televisi menurutnya merupakan campuran antara dua model tersebut. Ia juga mengakui bahwa komposisi antara informasi dan hiburan dalam stasiun seringkali tidak disajikan secara berimbang, semua tergantung tujuan organisasi media tersebut.¹⁹ Ekonomi media menyangkut bagaimana sebuah media mendapatkan profit dengan cepat dan efisien. Selain Metro TV, mayoritas stasiun televisi di Indonesia masuk dalam kategori

¹⁷ <http://adearmando.wordpress.com/2007/08/30/akuisisi-televisi-dan-nasib-demokrasi>, diakses 23 Agustus 2008, pkl. 08.40 WIB

¹⁸ David Croteau, William Hoynes. *Media Society. Industries, Images, and Audiences*. (Pine Forge Press, London. 1997). hlm.42

¹⁹ John Vivian. *The Media of Mass Communication*. (Allyn & Bacon, 1995). hlm. 10

Entertainment Model, karena menurut Croteau dan Hoynes, hiburan jauh lebih menguntungkan daripada informasi. Tekanan ekonomi memaksa media menjauhkan diri dari konten yang serius dan memilih konten hiburan yang mudah dicerna dan mudah dijual.²⁰

Dengan asumsi demikian, maka menjadi wajar dan menjadi pertanyaan yang mungkin terkena imbas terbesar dari proses integrasi ini tentunya diasumsikan adalah divisi atau bagian yang mampu menjual program lebih cepat atau *profitable*, seperti program non jurnalistik. Di Trans Corpora, tayangan non jurnalistik dikelola oleh bagian atau divisi produksi. Maka menarik untuk mengetahui bagaimana proses produksi tayangan non jurnalistik dari divisi produksi terkena imbas dari proses integrasi horizontal dari dua stasiun yang menjadi satu kepemimpinan atau kepemilikan.

Dari pemaparan di atas, maka pertanyaan penelitian yang muncul adalah :

Bagaimana gambaran kebijakan dan proses produksi tayangan di Trans TV dan Trans17 pasca integrasi horizontal di bawah perusahaan Trans Corpora? (kasus pada divisi produksi)

I.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana gambaran kebijakan dan proses produksi tayangan, khususnya pada divisi produksi, di Trans TV dan Trans17 pasca integrasi horizontal di bawah perusahaan Trans Corpora.

I.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Bagi peneliti komunikasi massa, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi produksi tayangan dalam sebuah stasiun setelah terjadinya integrasi.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmiah tentang korporasi media dan implikasinya terhadap proses produksi dan muatan tayangan

²⁰ David Croteau, William Hoynes. *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. (Pine Forge Press, 2006). hlm. 9

media. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi studi-studi berikutnya dengan topik yang sama atau berkaitan dengan penelitian sejenis.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan agar pengambil kebijakan pada perusahaan media yang melakukan integrasi horizontal memperhatikan dampak integrasi pada homogenisasi program yang dapat mengancam eksistensi perusahaan mereka sendiri. Sebaiknya integrasi justru menghasilkan perluasan pasar dan secara kesinambungan juga memperkaya pilihan publik akan pilihan hiburan yang beragam. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada industri media, khususnya Trans Corpora, mengenai implikasi proses integrasi yang mereka lakukan terhadap kebijakan internal dan proses produksi perusahaan tersebut.

1.4.3. Manfaat Sosial

Selain itu hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan pemerintah selaku regulator untuk memperhatikan poin-poin perundangan mengenai kepemilikan media demi terjaminnya keberagaman dalam media bagi masyarakat.