

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia Pertelevisionan di Indonesia akhir-akhir ini semakin bergairah. Kemunculan stasiun televisi swasta nasional maupun swasta lokal merupakan satu indikasi industri televisi di Indonesia semakin berkembang. Televisi sebagai media audio-visual, tentu keberadaannya sangat berpengaruh terhadap perilaku sosial, ekonomi dan kultur masyarakat termasuk perilaku masyarakat, televisi juga akan sangat berperan dalam memberikan referensi suatu hal yang dianggap perlu kepada masyarakat.

Kemunculan stasiun televisi tersebut tidak lepas dari disyahkannya Undang-undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2002. dalam Undang-undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2002, disebutkan bahwa adanya pembatasan pemilikan saham dan kewajiban melakukan siaran secara jaringan ( harus mempunyai kantor di daerah, isi siaran dari daerah, serta peralatan yang memadai di daerah ), sehingga televisi swasta nasional yang saat ini mengudara akan menjadi televisi lokal dan hanya TVRI yang berhak untuk melakukan siaran nasional dan pada

Dengan menjamurnya stasiun-stasiun televisi di Indonesia, tentunya kompetisi di dalam industri ini menjadi semakin ketat dan merupakan suatu keharusan bagi sebuah stasiun televisi untuk tampil beda dalam memberikan suatu tayangan untuk merebut simpati pemirsa televisi di Indonesia. Televisi yang mampu untuk beradaptasi dan berubah dengan cepat tentu akan lebih survive dalam dunianya dan sampai saat ini memang belum ada sebuah stasiun televisi gulung tikar. Kebutuhan untuk menyajikan suatu yang berbeda dan selalu berubah inilah salah satu yang mendorong direksi PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI atau sering disebut sebagai JOGJA TV untuk memberikan sesuatu yang tayangan yang bermutu dan bernuansa lokal kepada pemirsa dengan menyajikan program-program talk show, hiburan, serta seputar informasi daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Pihak direksi melihat Industri televisi swasta lokal masih sangat luas, sekaligus sebagai ajang untuk lebih mengakrabkan dan merekatkan kembali nilai tradisi yang saat ini sudah mulai memudar dikalangan masyarakat Yogyakarta.

Di Indonesia telah banyak televisi lokal yang telah mengudara di daerah-daerah seperti Jogja TV, Bali TV, Cakra TV (Semarang), Bandung TV, Lombok TV, Borobudur TV (Semarang), Riau TV, Papua TV, dan masih banyak lagi.

Sumber daya manusia sebagai salah satu capital intelektual dipercaya sebagai sumber daya yang sanggup mempertahankan dan

demikian keterbatasan sumberdaya perusahaan lainnya dapat dikompensasi dengan pemberdayaan sumber daya manusia secara optimal. Berbekal sumberdaya manusia yang kapabel, banyak perusahaan yang mencoba untuk "pindah" dari tipe perusahaan yang tradisional yang kaku, penuh hierarkhi dan birokrasi menjadi organisasi yang berstruktur fleksibel.

Disisi lain perubahan lingkungan menjadikan terjadinya tranformasi manajemen dan organisasi sebagai bentuk tanggapan dan adaptasi strategis. Trasformasi organisasi dilakukan dengan pendefinisian kembali bisnis dan harus membuat komitmen membangun kompetensi organisasi yang adaptif dan tanggap terhadap pemirsanya. Hal ini berarti organisasi harus dapat membangun ketrampilan para pekerjanya, penciptaan kultur organisasi yang khas, desain proses manajemen / operasional dan sistem informasi. Penambahan nilai sumber daya manusia yang berkualitas tinggi menjadikan organisasi mampu bersaing berdasarkan tingkat respon pasar, kualitas pelayanan, produk yang berbeda dan inovasi teknologi.

Jogja TV sebagai sebuah stasiun televisi lokal pertama di Yogyakarta, dan merupakan sebuah perusahaan yang baru saja berkembang serta masih dalam tahap pemantapan di segala bidang, tentunya sangatlah menarik jika kita lebih dalam membahas suatu permasalahan yang muncul, khususnya dalam hal strategi perusahaan, mengingat ketatnya persaingan di dunia televisi di Indonesia selain itu

kemunculan sebuah stasiun TV dalam industrinya memang harus juga memperhatikan sisi bisnis dari kehadirannya, dan ini merupakan suatu tantangan tersendiri bagi sebuah stasiun televisi swasta lokal baru untuk berjuang mendapatkan keuntungan. Ditambah semakin kritisnya masyarakat dan regulasi dan peraturan yang didalamnya tarik menarik kepentingan ini perlu mendapatkan suatu jalan keluar terbaik, baik untuk kepentingan publik maupun lembaga penyiaran.

## **1.2 Lingkup Penelitian**

Dalam studi ini, lingkup dan batasan masalahnya yaitu, pembahasan lebih menekankan pada analisa strategi melalui kegiatan yang dilakukan PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI dengan menganalisa program eksternal dan internal perusahaan untuk dapat menentukan strategi dalam rangka menghadapi persaingan di dalam industri pertelevisian yang semakin ketat, dengan memberdayakan sumberdaya yang ada.

## **1.3 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Strategi apakah yang sebaiknya digunakan PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI di dalam industri pertelevisian lokal di Yogyakarta?"

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah : Menganalisis faktor eksternal dan internal yang berpengaruh pada pengambilan keputusan, kebijakan dan penetapan strategi perusahaan dalam menghadapi perubahan dan perkembangan industri pertelevisian swasta lokal, sehingga membantu memenangkan persaingan dunia bisnis *broadcast* di masa mendatang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman serta wawasan yang lebih mendalam kepada penulis mengenai manajemen strategik
2. Memberikan kontribusi saran dan pemikiran yang akomodatif kepada PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI terutama mengenai manajemen strategik sehingga diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing yang berdampak dengan semakin kokohnya posisi perusahaan didunia bisnis pertelevisian swasta lokal.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya terutama mengenai manajemen strategik PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI