

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Program Acara Musik Dahsyat di RCTI

Dahsyat merupakan program acara musik yang ditayangkan oleh RCTI setiap hari. Dahsyat hadir untuk menghibur penonton televisi tentang musik beserta tangga lagu *ter-update*. Dahsyat juga menampilkan bintang tamu, seperti *group band* serta penyanyi-penyanyi yang akan menyanyikan lagunya secara langsung (sumber: www.rcti.tv, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Setiap harinya acara Dahsyat menampilkan tayangan yang berbeda, mulai dari bintang tamu hingga segmen acaranya yang bervariasi. Seperti segmen Dahsyatnya Kantor, Dahsyatnya Sekolah, Dahsyatnya Pasar, dan Dahsyatnya Kuliner. Dalam acara ini juga terdapat segmen kirim-kirim salam, baik langsung, email, Facebook maupun Twitter (sumber: www.tvguide.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Gambar 1.1
Logo Program Acara Musik Dahsyat



Sumber: www.rcti.tv, diakses pada tanggal 1 September 2012

1.1.2 Gambaran Umum Program Acara Musik Inbox di SCTV

SCTV menghadirkan acara bagi penonton televisi tanah air berupa program acara music "Inbox" yang disiarkan secara *live* setiap hari. Inbox menghadirkan 20 tangga lagu yang sedang hits dan akan diputar klipnya sesuai pilihan pemirsa melalui SMS (sumber: www.sctv.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Selain menghadirkan bintang tamu selebritis, Inbox juga menghadirkan grup band yang tengah naik daun untuk membawakan langsung lagu hits mereka, serta mengadakan interaktif via 3G dengan para penonton setia SCTV (sumber: www.tvguide.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Gambar 1.2
Logo Program Acara Musik Inbox



Sumber: www.sctv.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012

1.1.3 Gambaran Umum Program Acara Musik 100% Ampuh di Global TV

100% AMPUH merupakan program acara andalan Global TV yang menghadirkan musisi-musisi dalam negeri. 100% AMPUH merupakan program acara *live on stage* yang disiarkan langsung secara *outdoor*. Tata panggung, sistem suara yang bagus, serta pembawa acara yang seru mampu menghibur penonton televisi (sumber: www.globaltv.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Gambar 1.3

Logo Program Acara Musik 100% Ampuh



Sumber: www.globaltv.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012

1.1.4 Gambaran Umum Program Acara Musik Klik! di ANTV

Klik! merupakan program acara musik televisi yang ditayangkan oleh ANTV pada hari Senin hingga hari Minggu. Acara ini menampilkan video klip disertai dengan lirik, serta menampilkan *live performance* group band atau penyanyi dalam negeri dengan konsep panggung *indoor* (sumber: www.an.tv, diakses pada tanggal 10 April 2013).

Gambar 1.3
Logo Program Acara Musik Klik!



Sumber: www.an.tv, diakses pada tanggal 10 April 2013

1.2 Latar Belakang

Perkembangan industri media massa di era globalisasi semakin pesat khususnya media elektronik televisi, hal ini dapat diamati dari munculnya berbagai macam stasiun televisi. Kemunculan berbagai stasiun televisi disertai dengan menghadirkan berbagai bentuk program acara untuk ditampilkan kepada audiens. Program-program yang ditayangkan selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan jaman. Salah satu program tersebut adalah program acara hiburan, yakni program acara musik.

Hadirnya beragam program acara musik di televisi turut meramaikan dinamika musik tanah air sebagai media perantara. Menurut survei yang dilakukan oleh Nielsen Company (2011), semakin banyak orang yang menjadikan musik bagian dari hidupnya dengan menonton program hiburan, khususnya musik yang bertambah dari total 45 jam (18%) menjadi 53 jam (20%) dibandingkan dengan program acara hiburan lain (sumber: www.agbnielsen.com, diakses pada tanggal 15 November 2012).

Kehadiran program acara musik harian dalam konsep siaran langsung merupakan alternatif yang menarik bagi para penonton televisi yang sudah jenuh menonton FTV-sinetron *rerun*, atau program *infotainment* yang beraneka ragam namun menampilkan berita yang sama. Awal kemunculan program acara musik pertama kali dipelopori oleh Inbox (SCTV), yang pertama mengudara pada Desember 2007, dengan pembawa acara Andhara Early. Konsep Inbox mengadaptasi acara MTV TRL (*Total Request Live*), yaitu menampilkan video klip, tangga lagu, dan bintang tamu. Bintang tamu yang dihadirkan tak harus penyanyi, karena TRL juga sering dijadikan sebagai ajang promo film atau serial baru. Walaupun merupakan program acara baru, Inbox mendapat respon yang baik dari penonton televisi. Data Nielsen periode 18-24 Februari 2008, Inbox meraih rata-rata *rating* TVR 2,9 dan *share* 27,1. SCTV yang awalnya menayangkan Inbox hanya seminggu 5 kali, menambah masa tayang menjadi setiap hari. Durasi jam tayang yang mulanya hanya 60 menit, bertambah menjadi 90 menit dan kini sepanjang 120 menit (sumber: www.tabloidbintang.com, diakses pada tanggal 15 November 2012).

Melihat *rating* Inbox yang bagus, RCTI segera membuat Dahsyat, yang tayang perdana pada Maret 2008, dengan pembawa acara Darius Sinathrya. Konsep yang digunakan sangat mirip dengan Inbox. Awalnya memakai panggung *outdoor* seperti Inbox. Namun ternyata *rating*nya tidak bisa mengalahkan Inbox, hingga akhirnya pembawa acaranya digantikan oleh Raffi Ahmad-Olga Syahputra-Luna Maya di tahun yang sama, serta konsepnya pun berubah menjadi *indoor* di studio RCTI (kecuali weekend, sesekali lokasinya *outdoor*). Setelah dilakukan perubahan, *rating* Dahsyat terus naik, bahkan mengalahkan Inbox. Periode 6-12 Oktober 2008, TVR rata-rata Dahsyat mencapai 3,1. Sementara

Inbox kalah tipis, dengan TVR rata-rata 3,0 (sumber: www.tabloidbintang.com, diakses pada tanggal 15 November 2012).

Melihat *rating* Dahsyat dan Inbox yang bagus, stasiun televisi lain tidak mau kalah dengan membuat program acara musik serupa, sehingga program acara musik harian baru terus bermunculan di pasar. Pasar yang dulunya hanya diramaikan oleh Inbox SCTV dan Dahsyat RCTI, kini diramaikan pula oleh berbagai program acara musik harian baru, diantaranya 100% Ampuh Global TV dan Klik! ANTV (sumber: pengolahan melalui berbagai sumber, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Maraknya program acara musik yang bermunculan menunjukkan bahwa situasi pasar khususnya di bidang musik sangatlah menjanjikan, serta memberikan peluang pada pemain baru yang ingin mengambil kesempatan untuk meraih keuntungan. Walaupun untuk meraih sukses dalam meraup keuntungan tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, tetapi dibutuhkan analisis pasar yang mendalam.

Awalnya Dahsyat dan Inbox memiliki konsep serta format yang kurang lebih sama, yakni menampilkan penyanyi, band-band papan atas dan band-band baru secara *live*, serta menampilkan video-video klip terbaru. Melejitnya Dahsyat berawal dari strategi merubah konsep acara menjadi lebih *fun* dengan menghadirkan pembawa acara yang lebih menghibur, seperti Olga Syahputra-Luna Maya-Raffi Ahmad. Strategi tersebut juga didukung dengan perubahan lokasi, dari yang semula *outdoor* menjadi *indoor* di studio RCTI. (kecuali *weekend*, sesekali lokasinya *outdoor*). Atas perubahan strategi tersebut, *rating* Dahsyat terus naik, bahkan mengalahkan Inbox. Periode 6-12 Oktober 2008, TVR rata-rata Dahsyat mencapai 3,1. Sementara Inbox kalah tipis, dengan TVR rata-

rata 3,0 (sumber: www.tabloidbintang.com, diakses pada tanggal 15 November 2012).

Kesuksesan kedua program acara musik harian tersebut, membuat ANTV tidak mau kalah. Masih di tahun yang sama, yakni tahun 2008, stasiun televisi ANTV menghadirkan program acara musik Klik!. Slogan “Lebih dari Musik” yang dimiliki, membuat Klik! tampil dengan konsep yang berbeda, yakni berkonsep outdoor dan menampilkan *video klip* disertai lirik (sumber: www.kapanlagi.com, diakses pada tanggal 10 April 2013).

Global TV juga membuat program acara musik harian serupa dengan Dahsyat, Inbox, dan Klik!, yaitu 100% Ampuh. Program 100% Ampuh adalah program yang memiliki konsep acara hampir sama dengan Inbox dan Dahsyat, dimana program ini menayangkan program acara musik secara langsung di panggung *outdoor* dengan pembawa acara yang atraktif. 100% Ampuh juga tayang setiap hari seperti Inbox, namun pada waktu siaran yang berbeda, yakni pukul 14.30 WIB (sumber: www.globaltv.co.id, diakses pada tanggal 1 September 2012).

Persaingan yang semakin ketat menuntut para pengelola media penyiaran di stasiun televisi untuk mengetahui bagaimana *positioning* program acara musik mereka dalam persepsi konsumen. Penetapan posisi tidak akan menjadi masalah dan tidak akan menjadi hal yang penting jika program acara musik yang tersedia belum terlalu banyak dan persaingan antar stasiun televisi belum menjadi semakin ketat, seperti yg terjadi pada persaingan program acara musik saat ini. Aspek *positioning* produk merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian lebih, agar produk yang didistribusikan dapat diposisikan dengan baik oleh audiens.

Untuk dapat terus mempertahankan posisi bersaing, perusahaan stasiun televisi perlu memformulasikan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat terus bersaing dan memenangkan persaingan pada industri sejenis. Banyaknya pesaing harus diimbangi dengan terus berusaha menampilkan program acara musik yang berkualitas. Banyaknya para pesaing lama maupun baru hendaknya menjadi suatu peringatan bagi perusahaan untuk terus menawarkan produk dengan kualitas yang baik demi mempertahankan audiensnya maupun menggaet audiens baru.

Bandung sebagai Pusat Pemerintahan Provinsi Jawa Barat, sangat berdampak cukup signifikan terhadap pertumbuhan industri kreatif dalam berbagai sektor, seperti musik, *fashion*, kuliner, desain teknologi informasi (TI), otomotif, dan lainnya. Menurut Direktur Program Bandung *Creative City Forum* (BCCF), Fiki Satari, mengatakan bahwa pesatnya perkembangan industri kreatif di Kota Bandung terlihat pada kontribusinya bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung, dimana sepanjang 2011 industri kreatif mampu berkontribusi 14% pada PAD yang nilainya ditaksir mencapai Rp 2,5 triliun (sumber: www.wartaekonomi.co.id dan www.jabar.tribunnews.com, diakses pada tanggal 15 November 2012).

Khusus untuk sektor musik, masyarakat Kota Bandung memiliki animo yang besar, di ajang penghargaan musik yang diadakan oleh salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia, Kota Bandung meraih piala sebagai kota terfavorit 2010 dalam acara musik tersebut. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat kota Bandung benar-benar penikmat musik sejati (sumber: www.tabloidinfowisata.com, diakses pada tanggal 15 November 2012).

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PETA POSISI EMPAT PROGRAM ACARA MUSIK HARIAN PADA STASIUN TELEVISI RCTI, SCTV, GLOBAL TV, DAN ANTV BERDASARKAN BAURAN PROGRAM DI KOTA BANDUNG TAHUN 2013“**.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan adalah sebagai berikut: Bagaimana peta posisi empat program acara musik harian pada stasiun televisi RCTI, SCTV, Global TV, dan ANTV berdasarkan bauran program di Kota Bandung tahun 2013?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, yaitu untuk mengetahui peta posisi empat program acara musik harian pada stasiun televisi RCTI, SCTV, Global TV, dan ANTV berdasarkan bauran program di Kota Bandung tahun 2013.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bahan bacaan di Institut Manajemen Telkom Bandung pada bidang pemasaran terutama dalam hal analisis *positioning* untuk mendapatkan peta posisi empat program acara musik harian pada stasiun televisi RCTI, SCTV, Global TV, dan ANTV berdasarkan bauran program di Kota Bandung tahun 2013.

2. Aspek Praktis

Informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat digunakan oleh pihak pengelola media penyiaran program acara musik terkait, dalam hal ini program acara musik terkait adalah Dahsyat, Inbox, 100% Ampuh, dan Klik!! sebagai acuan dalam langkah-langkah menentukan strategi pemasarannya, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan pemasaran khususnya tentang *positioning*.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah runtutan kerangka penulisan laporan serta analisis penelitian ini :

a. Bab I : Pendahuluan

Membicarakan gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

b. Bab II : Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Berisi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian,

serta ruang lingkup penelitian.

c. Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini meliputi karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

e. Bab V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini disajikan penafsiran, pemaknaan, serta saran peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian.