BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern saat ini, salah satu media massa yang sangat mudah diakses dan paling berpengaruh adalah televisi. Televisi ibarat sebuah kotak ajaib yang tanpa disadari mampu menyihir begitu banyak orang di berbagai penjuru dunia untuk duduk manis dan menghabiskan waktunya untuk menatap berbagai macam program acara yang ditayangkan. Tidak peduli tua ataupun muda, bahkan anak-anak pun hampir menghabiskan sebagian masa pertumbuhan mereka untuk menatap benda tersebut. Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai penyampai informasi. Program televisi seperti *news, entertainment,* bahkan acara yang berhubungan dengan petualangan pun mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak.

Televisi sebagai media massa tentu tidak luput dari suatu industri kemediaannya. Memasuki abad ke-21, industri media tengah berada di dalam perubahan yang cepat. Kerajaan-kerajaan media mulai membangun diri dengan skala yang besar. *Merger* ataupun pembelian media lain dalam industri media terjadi di mana-mana dengan nilai perjanjian yang sangat besar. Semakin lama bisnis media semakin besar dan melibatkan hampir seluruh *outlet* media yang ada dengan kepemilikan yang makin terkonsentrasi. Masyarakat makin tenggelam dengan dunia yang dipenuhi oleh media. Apakah masyarakat terlayani dengan informasi yang aktual, beragam dan sesuai dengan kepentingan mereka oleh industri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini, atau perkembangan yang luar biasa ini hanya untuk meningkatkan keuntungan bagi "segelintir" orang yang terlibat dalam industri ini.[1]

Sebenarnya dengan melihat berbagai fenomena media massa saat ini, dapat dinyatakan bahwa media massa telah bergerak jauh, dari sekedar institusi atau lembaga yang menyediakan berbagai informasi kepada khalayak luas, menjadi sebuah industri yang melayani kebutuhan khalayak terhadap informasi. Begitu besarnya informasi yang diperlukan, tak jarang lembaga media massa tidak hanya memerankan diri sebagai penyuplai, tapi sudah melangkah kearah pembentukan "selera" informasi apa yang seharusnya dikonsumsi oleh khalayak. Dalam konteks inilah media mulai menjadi sebuah industri yang di dalamnya terdapat proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang merupakan inti dari ekonomi media.

Industri media massa dengan demikian dapat dinyatakan sebuah aktifitas media massa dalam menciptakan atau menghasilkan pesan atau produk pesan media yang berorientasi pada bertambahnya modal (*financial benefit*). Orientasi *financial benefit* inilah yang menjadi tolak ukur apakah sebuah institusi media bersifat industri atau bukan. Untuk menyatakan bahwa media massa saat ini bukan sebuah institusi media bersifat industri atau bukan. Untuk menyatakan bahwa media massa saat ini bukan sebuah industri juga sangat sulit, apalagi jika dikaitkan dengan keberlangsungan media massa dalam melayani kebutuhan informasi khalayak. Semua aspek mulai produksi, distribusi hingga konsumsi informasi khalayak membutuhkan biaya yang tak sedikit. Mengharapkan khalayak membeli produk media semata juga dirasa kurang rasional dalam kacamata ekonomi media. Artinya

[1] Moch. Choirul Arif. *Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media* (Surabaya : 2014), Hlm.110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media massa memerlukan suntikan dana lain yang diperoleh dari iklan sebagai tambahan modal dan menumbuhkembangkan institusi media, terlebih media massa yang saat ini cukup beragam yang memberikan konsekuensi pada persaingan antar media massa.

Untuk menuju industri media, ada beberapa komponen utama yang dijadikan sumber penunjang bagi berlangsungnya kehidupan industri media. Sumber tersebut adalah modal, jenis media, dan jenis khalayak sasaran.[2] Dari penguatan ketiga komponen tersebut diperlukan media untuk dapat terindustrialisasi. Selain ketiga komponen tersebut, ada juga tiga hal karakter dalam sebuah industri media, diantaranya *costumer requirements* (karakter yang merujuk pada harapan dan keinginan konsumen terhadap produk media yang meliputi aspek kualitas, diversitas dan ketersediaan), *competitive environment* (karakter yang merujuk pada lingkungan pesaing yang dihadapi perusahaan media, *social expectation* (karakter yang merujuk pada relasi antara harapan masyarakat dengan keberadaan industri).[3]

Dengan komponen dan karakter tersebut, maka media yang terindustrialisasi berlomba-lomba mencari dan menangkap iklan komersial sebagai salah satu lumbung financial yang yang dapat diraih, tentunya sumber lain semisal investor atau diversifikasi produk media juga diupayakan lebih besar pemasukan finansialnya. Karena itu tak heran jika banyak media membuat program yang

[2] Rachmat Kristiyantono. *Teknik Praktik Riset Komunikasi.* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), Hlm.273

[3] Mufid, Muhammad. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), Hlm.90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menarik khalayak, agar mendapatkan rating tinggi yang pada akhirnya adalah menarikiklan dari para sponsor.

Dari fenomena diatas, fokus dari penulis tertuju pada salah satu program acara NET TV yang berkonten kearifan lokal. Dalam program acara tersebut, tim produksi mencoba memperkenalkan budaya Indonesia melalui tayangannya. NET TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang kemunculannya baru empat tahun terakhir ini. Pada awal kemunculannya, NET TV sudah mampu menciptakan sebuah program acara berkonten kearifan lokal melaui sebuah program dokumenter. Hal ini bisa dikatakan bahwa NET TV mampu bersaing dengan stasiun televisi swasta lainnya dalam memproduksi program acara yang berkonten kearifan lokal. Program acara tersebut pernah masuk dalam nominasi acara Anugrah Komisi Penyiaran Indonesia tiga kali mulai dari tahun 2013-2015, dan pernah sekali mendapatkan penghargaan pada tahun 2014.[4]

Indonesia Bagus merupakan salah satu acara televisi yang menyajikan tayangan seputar perjalanan mengelilingi spot di Indonesia dengan hal yang tidak biasa. Program ini mempunyai tempat tersendiri di kalangan khalayak terutama oleh para kaum muda travelling yang saat ini banyak menjadi bahan perbincangan. Dari hal inilah maka program ini tidak pernah sepi dari iklan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka perlu mengadakan penelitian tentang "Strategi Bisnis NET TV Mengangkat Kearifan Lokal dalam Program Acara Indonesia Bagus".

[4] https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_Bagus (Diakses pada 2 november pukul 10:32 WIB)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengajukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bisnis NET TV dalam program acara Indonesia Bagus dengan mengangkat konten kearifan lokal?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

1) Untuk mendiskripsikan strategi bisnis NET TV dalam program acara Indonesia Bagus dengan mengangkat kearifan lokal

2. Manfaat

1) Manfaat Teoritis
   - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan mengembangkan teori dibidang industri media dan khusunya teori Komunikasi massa serta Teori Ekonomi Media pada penelitian ini.
   - Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pembanding untuk penelitian-penelitian dibidang komunikasi berikutnya.
2) Manfaat praktis
   - Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi yang memiliki perhatian dalam suatu industri media mengenai strategi bisnis media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan acuan dari penelusuran yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti berupaya mencari referensi mengenai hasil penelitian yang dikaji oleh peneliti terdahulu sehingga dapat membantu peneliti dalam proses pengkajian tema yang diteliti. Peneliti mendapati kesamaan konteks pada penelitian sebelumnya yaitu :

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmad Harianto mahasiswa pasca sarjana di Universitas Airlangga jurusan Ilmu Komunikasi tahun 2013, tentang "Ekonomi Media Televisi Lokal: Eksistensi Di Tengah Dominasi Televisi Nasional (Studi Pada Jawa Pos Televisi)". Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam hal ini terdapat sebuah persamaan dengan penelitian penulis yaitu penggunaan subjek ekonomi media. Namun ada juga perbedaanya yaitu pada obyek kajiannya, dimana penulis menggunaan objek kajian program acara My Trip My Adventure trans tv, sedangkan pada kajian terdahulu yang dimaksud menggunaan obyek kajian Jawa Pos Televisi (JTV). Permasalahan yang coba untuk dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen JTV sebagai TV Swasta pertama di Jawa Timur mempertahankan strategi bisnis medianya dalam diskursus kompetisi TV Swasta lokal di Jawa Timur dan langkah strategis apa yang dilakukan manajemen JTV untuk mempertahankan eksistensinya. Apa yang dihasilkan dalam penelitian ini tidak berusaha menggeneralisasi realitas lainnya melainkan hanya menunjukkan keunikan yang terdapat pada lembaga yang diteliti.

Hasil penelitian menyebutkan JTV merupakan ekspansi bisnis media Grup Jawa Pos di pertelevisian untuk memperluas cakupan dan skala pasar media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendirian JTV dan televisi lokal lain di sejumlah daerah merupakan bentuk konglomerasi Grup Jawa Pos di bisnis media.

Kajian terdahulu lainnya yaitu "Strategi Sbo Tv Dalam Mempertahankan Eksistensi Ditengah Persaingan Televise Local Di Surabaya)Pendekatan Ekonomi Media)" yang dilakukan oleh Octarina Andanasari mahasiswa UINSA Surabaya jurusan Komunikasi program study Ilmu Komunikasi 2014. Fokus kajian penelitian ini diarahkan pada bidang ekonomi media yang lebih banyak mendeskripsikan bagaimana strategi dan upaya televisi swasta lokal dalam hal ini mengambil sampel SBO TV dalam konteks persaingan bisnis media televisi khususnya di Surabaya.Berangkat dari fenomena yang ada, permasalahan akan diajukan untuk dibahas lebih dalam guna mengetahui bagaimana SBO TV sebagai salah satu stasiun televise swasta lokal berupaya untuk tetap bertahan di tengah kompetisi televisi swasta lokal yang kuat di Surabaya. Dalam hal ini terdapat sebuah persamaan yaitu penggunaan pendekatan ekonomi media dalam mengkaji suatu subjek. Perbedaannya terletak pada obyek penelitian yaitu peneliti menggunakan obyek pada tayangan program acara My Trip My Adventure sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan obyek penelitian stasiun televisi lokal SBO Surabaya.

E. Definisi Konsep

Pada dasarnya, konsep-konsep merupakan unsur pokok dari sebuah penelitian, dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi singkat dari sejumlah fakta atau data yang ada. Oleh karena itu agar tidak terjadi kesalahpahaman, penulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan batasan istilah atau definisi yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, ist ilah atau definisi yang dimaksud memiliki pengertian terbatas.

Adapun batasan bagi beberapa konsep dalam penelitian ini yaitu :

1) Strategi Bisnis NET TV

NET TV bisa dibilang sebagai stasiun televisi paling muda di Indonesia saat ini. Tapi jangan remehkan dulu usianya. Berkat strategi dan manuver luar biasa, channel yang satu ini pun sukses menyalip para seniornya.

NET TV berhasil membangun brand image sebagai televisi pertama di Indonesia yang mengedepankan kualitas dan kreativitas. Bukan hanya itu, TV yang baru berusia empat tahun ini juga dipandang sebagai televisi paling seru, asik, dan terbaik di Tanah Air. Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa hal berikut ini :

a. Setiap tayangan dikemas beda dan *fresh*

Sejak awal, NET TV sudah mengklaim diri sebagai channel pertama di Indonesia yang bakal memberikan tayangan berkualitas, edukatif, dan berani tampil beda.

Bicara tentang kualitas program, NET TV tampaknya memang nggak mau menayangkan acara mainstream yang terkesan murahan. Program-program news dan entertainment di NET TV bebas gosip, sensasi, dan konflik yang mengada-ada.

Dalam sisi edukatif, NET TV mengutamakan informasi menarik dari dalam dan luar negeri yang bermanfaat dan bisa mendidik masyarakat Indonesia. Mereka sangat up to date, dengan pembawaan yang elegan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara garis besar, program di NET TV dan TV lain hampir serupa. Tentu saja yang membedakan adalah cara pengemasannya yang sangat fresh dan unik. Misalnya saja program Ini Talkshow, yang dibawakan dua pelawak kondang: Sule dan Andre Taulany. Siapa sangka mereka bisa jadi host dan dituntut untuk tidak boleh menghina orang sebagai bahan lelucon. Jika keceplosan, mereka bakal dikenakan denda.

b. *Channel High Definition* (HD)

NET TV rupanya paham betul perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Jadi mereka menyediakan gambar yang jernih dan sangat baik lewat channel HD. Khususnya untuk memanjakan dan memudahkan pemirsa yang punya televisi berkualitas gambar HD, yang memang dewasa ini bukan lagi menjadi barang yang makin terjangkau.

Tidak hanya itu, NET TV juga eksis dan rajin berbagi info di sosial media, seperti *YouTube* dan *Twitter*.

c. Tempat Nostalgia

Satu hal lagi yang sangat menarik di NETTV adalah ditayangkannya program acara lawas yang sangat populer di jamannya, yaitu Berpacu Dalam Melodi. Meski jadul, acara ini dikemas lebih modern dan asik. Tentu saja, Berpacu Dalam Melodi ini bisa jadi ajang mengenang sejarah dan bernostalgia ketika kangen program-program TV jaman dulu.

d. Kualitas SDM yang Mumpuni

Yang tidak kalah menarik adalah bagaimana NET TV merekrut sumber daya manusianya. Di belakang layar berjajar indvidu yang terjamin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki kreativitas dan para pekerja cerdas. Sedangkan di depan layar, NET TV menggaet artis-artis yang punya kualitas, unik, dan tentunya menarik.

Mulai dari artis lawas, artis muda, hingga pendatang baru ada di televisi ini. Sebut saja Chelsea Islan, Marissa Anita, Haruka Nakagawa, Sophia Latjuba, dan masih banyak lagi. Paras rupawan dan daya tarik mereka pun sudah tak perlu diragukan lagi.

Mereka ditempatkan di program yang pas dan sesuai kualitas terbaik mereka. Sehingga apa yang tersaji di depan layar nampak *excellent* dan berestetika. Banyak juga artis-artis baru bermunculan di layar NET TV yang cepat mencapai popularitas lewat acara yang dibawakannya.

2) Kearifan Lokal

Kearifan lokal, terdiri dari dua kata yaitu kearifan (wisdom) atau kebijaksanaan dan lokal (local) atau setempat. Jadi kearifan lokal adalah gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Definisi kearifan lokal secara bebas dapat diartikan nilai-nilai budaya yang baik yang ada di dalam suatu masyarakat. Hal ini berarti, untuk mengetahui suatu kearifan lokal di suatu wilayah maka kita harus bisa memahami nilai-nilai budaya yang baik yang ada di dalam wilayah tersebut. Sebenarnya nilai-nilai kearifan lokal ini sudah diajarkan secara turun temurun oleh orang tua kita kepada kita selaku anak-anaknya. Budaya gotong royong, saling menghormati dan tepa salira merupakan contoh kecil dari kearifan lokal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kearifan lokal menjadi penting dan bermanfaat hanya ketika masyarakat lokal yang mewarisi sistem pengetahuan itu mau menerima dan mengklaim hal itu sebagai bagian dari kehidupan mereka. Dengan cara itulah, kearifan lokal dapat disebut sebagai jiwa dari budaya lokal. Hal itu dapat dilihat dari ekspresi kearifan lokal dalam kehidupan setiap hari karena telah terinternalisasi dengan sangat baik. Tiap bagian dari kehidupan masyarakat lokal diarahkan secara arif berdasarkan sistem pengetahuan mereka, dimana tidak hanya bermanfaat dalam aktifitas keseharian dan interaksi dengan sesama saja, tetapi juga dalam situasi-situasi yang tidak terduga seperti bencana yang datang tiba-tiba.

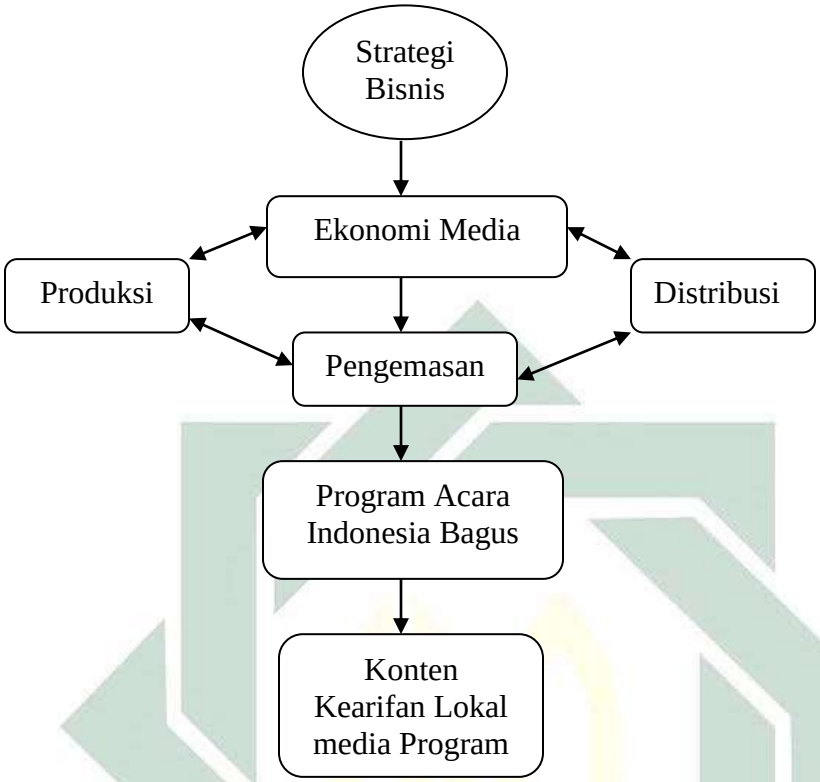
3) Program Acara Indonesia Bagus

Indonesia Bagus adalah acara dokumenter yang ditayangkan oleh stasiun televisi NET.. Program ini tidak hanya menampilkan keindahan alam Indonesia tetapi juga keunikan kehidupan berbudayanya. Program ini menampilkan penduduk asli daerah tersebut sebagai narator sekaligus pembawa cerita.

Program acara ini mulai tayang pada 1 juni 2013 hingga sekarang dengan menampilkan durasi 30 menit tayang setiap hari sabtu minggu pukul 14.00. Indonesia bagus termasuk dalam kategori program acara documenter yang menayangkan sisi lain dari kebudayaan Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Pikir

Kerangka diatas menggambarkan proses penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, dimana media yang menjadi obyek penelitian ini adalah program acara Indonesia Bagus pada stasiun televisi NET TV dan difokuskan kepada pendekatan ekonomi medianya. Beberapa faktor yang mempengaruhi ekonomi media dijelaskan mengenai produksi, pengemasan, dan distribusi. Ketiga faktor ini perlu untuk dikaji karena ketiganya mempunyai pengaruh besar terhadap perubahan tekanan-tekanan ekonomi pengelolaan media. Media yang besar adalah media yang kuat pada ketiga faktor diatas.

Kerangka pikir penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran-gambaran tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai landasan penelitian yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan dilakukan, dan mengenai variabel-variabel permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini tidak lepas dari adanya teori yang akan memandu penelitian agar sesuai dengan apa yang diharapkan.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah yang berkenaan dengan masalah tertentu yang diolah, dianalisis dan diambil kesimpulan.[5]

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Nyoman Kutha Ratna mengungkapkan pengertian mengenai pendekatan penelitian, yakni suatu cara mendekati atau menjinakkan sehingga hakikat objek dapat diungkap sejelas mungkin. Pendekatan memegang peranan pokok dalam penelitian kualitatif dengan pertimbangan bahwa objek adalah abstraksi kenyataan yang sesungguhnya.

Pendekatan perlu ditampilkan dalam metode penelitian karena setiap penelitian dilakukan dengan menampilkan sudut pandang, perspektif tertentu yang pada gilirannya menunjukkan ciri-ciri dominasi tertentu. Ratna menegaskan pula bahwa pendekatan memiliki hubungan erat dengan model analisis yang akan digunakan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan deskriptif, yaitu untuk mengkaji dan memaparkan secara rinci berdasarkan judul penelitian. Selain itu, pendekatan deskriptif ini tidak berat pada

[5] Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Logos, 1999), hal.1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

observasi dan suasana alamiah (*naturalisasi setting*).[6] Peneliti hanya bertindak sebagai pengamat, berarti disini peneliti hanya mengamati konteks penelitian berupa strategi tayangan program acara Indonesia Bagus pada stasiun televisi NET TV.

b. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma kualitatif, karena paradigma kualitatif lebih tepat untuk mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian. Penelitian menggunakan paradigma kualitatif ini merupakan sebuah penelitian yang memiliki tujuan utama yaitu untuk mengkaji suatu industri media dengan berdasarkan konten program acara Indonesia Bagus. Paradigma kualitatif menitik beratkan suatu pandangan tentang sebuah fakta sosial yang berdasar pada penilaian dan juga penjabaran yang bersifat subyektif.

Dengan kata lain bahwa penelitian semacam ini akan mencoba mendalami tentang berbagai hal menyangkut masalah-masalah sosial yang terjadi dan ini dikaji dengan menggunakan sudut pandang secara realitas atau berdasarkan kenyataan yang sebenarnya terjadi pada penelitian. Dengan cara tersebut diharapkan akan mampu mengungkap sebuah fakta yang belum terpecahkan dari adanya masalah sosial yang terjadi.

[6] Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc. *Metode Penelitian Komunikasi (Dilengkapi Contoh Analisis Statistik)*. (Bandung : Rosdakarya, 1999). Hlm.25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek yang dijadikan penelitian adalah Strategi bisnis media yang sedang diajalankan dalam tayangan program acara Indonesia Bagus. Dalam lingkup tersebut akan dibahas secara menyeluruh mengenai strategi bisnis oleh NET .

b. Objek penelitian

Obyek penelitan ini adalah konten dari keseluruhan isi tayangan pada program acara Indonesia Bagus.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah stasiun televisi Net Tv yang beralamat di Gedung The East Tower Jl. Lingkar Mega Kuningan Kav. E No.1 Lantai 27-30, Kuningan Timur Jakarta Selatan.

3. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya jenis data dibagi menjadi dua yaitu primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, dan diamati. Sedangkan data skunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti.[7]

1) Data Primer, dalam hal ini data yang dihimpun adalah strategi bisnis NET TV melalui tayangan program acara Indonesia Bagus.
2) Data Skunder, dalam hal ini data yang dihimpun adalah literatur-literatur yang mendukung data primer, seperti kamus, buku-buku yang

[7] Marzuki, 2000, *Metode Riset,* BPFE-UII, Yogyakarta, Hlm. 165

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhubungan dengan penelitian, internet, catatan kuliah, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, dan sebagainya.

4. Tahap-tahap Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melalui tahapan penelitian sebagai berikut:

1. Tahap Pra penelitian

Yaitu tahap yang dilakukan sebelum melakukan penelitian. Pada tahap ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Menyusun rancangan penelitian[8]

Dalam hal ini, peneliti terlebih dahulu membuat permasalahan yang akan dijadikan obyek penelitian, yakni strategi bisnis NET TV dalam mengangkat kearifan lokal melalui program acara Indonesia Bagus untuk kemudian membuat form pengajuan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian hingga membuat proposal penelitian.

b. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti hendaknya menyiapkan tidak hanya perlengkapan fisik, tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan.[9] Dalam hal ini, upaya untuk mengumpulkan informasi dari obyek yang diteliti, peneliti menggunakan alat bantu berupa buku tentang ekonomi media dan sejenisnya.

[8] Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), Hlm. 86

[9] *Ibid.* Hlm.91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang sangat menjunjung tinggi validitas, realibilitas dan objektivitas serta konsistensi yang tinggi bagi peneliti. Demikian juga dalam hal teknik pengumpulan data, harus disesuaikan dengan persoalan, paradigma, teori dan metodologi.

Proses pengumpulan data dilakukan sebelum penelitian, pada saat penelitian, dan bahkan di akhir penelitian. Creswell menyarankan bahwa peneliti kualitatif sebaiknya sudah berpikir dan melakukan analisis ketika penelitian kualitatif baru dimulai. [10]

a. Wawancara Mendalam

Menurut Deddy Mulyana, wawancara adalah bentuk komunikasi antar dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.[11] Wawancara secara global dibagi menjadi dua, macam yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak berstruktur, yang dikenal juga dengan sebutan wawancara informal. Wawancara ini bersifat luwes dan fleksibel, karena dapat disesuaikan dnagn kondisi informan. Kondisi yang dimaksud yaitu: usiaa, jenis kelamin, latar belakang sosial.

---

[10] Haris Herdiansyah, M.Si. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. (Jakarta :Salemba Humanika, 2010). Hlm. 165

[11]Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* . (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm.180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Memperkuat pernyataan Deddy, Britha Mikkelsen juga mengatakan bahwa salah satu kekuatan wawancara informal adalah membuat pertanyaan jadi relevan, karena selain dibangun atas dasar pengamata, pertanyaan juga disesuaikan dengan keadaan orang yang diwawancarai.[12] Disini dibutuhkan kecakapan seorang peneliti untuk berkomunikasi dengan baik. Dengan komuniasi yang tepat, yang diperoleh bukan hanya data yang penting saja, tetapi juga informasi tambahanyang dapat melengkapi data yang telah ada.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari data sebanyak mungkin melalui wawancara terhadap informan. Penelitian ini berupaya mengajukan pertanyaan sedetail mungkin tentang strategi bisnis NET TV dalam program acara Indonesia Bagus dengan konten kearifan lokalnya.

b. Observasi

Adalah dengan melakukan pengamatan langsung dan bebas terhadap subyek dan obyek penelitian dengan cara mengamati teliti konten pada program acara Indonesia Bagus. Kemudian mencatat, memilih dan menganalisisnya sesuai dengan model penelitian yang digunakan.

c. Dokumentasi,

Yaitu mencari data mengenai hal yang berkaitan dengan strategi bisnis media serta program acara Indonesia Bagus melalui internet dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

[12]Britha Mikelsen, *Metode Partisipatoris* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), Hlm.73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pertengahan dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting. Hasil penelitian yang dilakukan harus melalui proses analisis data terlebih dahulu agar dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Agar mendapat hasil yang sahih dan dapat dipertanggungjawabkan, seorang peneliti harus mampu melakukan analisis data secara tepat dan sesuai prosedur yang ditentukan. Inti dari analisis data adalah mengurai dan mengolah data mentah menjadi data yang dapat ditafsirkan dan dipahami secara lebih spesifik dan diakui dalam suatu perspektif ilmiah yang sama, sehingga hasil dari analisis data yang baik adalah data olah yang tepat dan dimaknai sama atau relatif sama dan tidak bias atau menimbulkan perspektif berbeda-beda.[13]

Analisis data berarti menguraikan dan secara terminologis berbeda dengan sintesis yang berarti menyatukan. Analisis data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data. Analisis data adalah kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial dan akademis, ilmiah.

Secara umum, analisis data dapat dikategorikan menjadi dua yaitu analisis statistik dan analisis non statistik. Analisis statistik dibedakan menjadi dua, yakni analisis statistik yang bersifat diskriptif atau pemaparan dan analisis statistik yang bersifat inferensial atau memberi penilaian terhadap obyek yang dikaji. Adapun analisis nonstatistik untuk data kualitatif. Disini,

[13] *Ibid.* Hlm.159

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penulis akan menganalisis data-data yang telah diperoleh dengan tujuan mendiskripsikan bagaimana program acara Indonesia Bagus dengana muatan lokalnya dijadikan sebagai strategi bisnis dalam industri media.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan/ kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan dan keabsahan data, ketentuan pengamatan dilakukan dengan teknik pengamatan, rinci dan terus menerus selama proses penelitian berlangsung yang diikuti dengan kegiatan wawancara serta intensif kepada subyek agar data yang dihasilkan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

1. Triangulasi

   Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data yang telah diperoleh untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.[14] Dalam hal ini, triangulasi antara teori sebagai penjelas akan dibandingkan dengan data yang ada (*rival explanation*).

   Dalam penelitian ini, teori komunikasi massa yang digunakan akan dibandingkan dengan data-data yang telah didapat melalui berbagai proses pengumpulan data.

2. Penggalian data melalui referensi yang memadai

   Peneliti berusaha mengumpulkan literatur sebanyak mungkin berupa buku-buku komunikasi, buku-buku yang membahas metode

[14] *Op.Cit.* Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Hlm. 178

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian kualitatif sebagai referensi dan bahan perbandingan dengan data-data yang terkumpul melalui proses pengumpulan data.

8. Sistematika Laporan Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN. Dalam bab ini meliputi konteks penelitian, focus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, dan metode penelitian, yang di dalamnya membahas tantang pendekatan dan jenis penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB II : KAJIAN TEORI. Bab ini berisi mengenai teori dari buku-buku yang ditemukan peneliti guna mendukung judul dari penelitian ini dan model metodologi penelitian yang diterapkan dalam menganalisis data.

BAB III : HASIL PENELITIAN. Bab ini berisi data yang meliputi Deskripsi Subyek Penelitian dan Deskripsi Data Penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN. Bab keempat dalam laporan penelitian ini berisi mengenai pengujian hipotesis serta analisis hasil isi penelitian yang diperoleh peneliti sesuai dengan Strategi Bisnis NET TV dalam Mengangkat Kearifan Lokal Melalui Program Acara Indonesia Bagus yang dikonkritkan dengan teori Ekonomi Media.

BAB V : PENUTUP. Dalam bab ini membahas tentang simpulan dan rekomendasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id