

PREFERENSI KONSUMEN PADA STASIUN JOGJA TV

CONSUMER PREFERENCES ON JOGJA TV STATION

Oleh: **Mustofa Nur Khalisma**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

mustofa020fe@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi preferensi konsumen pada stasiun Jogja TV. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah para pemirsa Jogja TV, konsumen instansi yang menggunakan Jogja TV, dan pengelola Jogja TV. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi kepada pengelola Jogja TV dapat disimpulkan Jogja TV telah berhasil mencitrakan dirinya sebagai stasiun televisi budaya, akan tetapi Jogja TV dalam menyiarkan program-programnya belum maksimal karena beberapa kendala, antara lain; keterbatasan biaya, peralatan yang sudah tua, sumberdaya manusia yang kurang berkualitas, dan tidak adanya kepastian regulasi dari pemerintah. Menurut prespektif instansi yang pernah menggunakan Jogja TV sebagai media promosi, Jogja TV dinilai mudah secara administrasi dan penjadwalan sehingga membuat instansi tersebut lebih memilih Jogja TV daripada stasiun televisi lain. Namun perlu ditingkatkan lagi koordinasi Jogja TV dengan instansi yang berkerjasama dengan Jogja TV. Menurut prespektif pemirsa Jogja TV banyak pemirsa yang menyaksikan Jogja TV karena acaranya bersifat kedaerahan dan menampilkan konten-konten kebudayaan. Namun, pemirsa tidak memiliki preferensi yang kuat terhadap Jogja TV, pemirsa hanya menyaksikan Jogja TV pada program-program tertentu saja yang pemirsa sukai. Pemirsa menginginkan adanya terobosan baru dan variasi program dari Jogja TV.

Kata kunci: Preferensi, Program, Jogja TV

Abstract

This study aims to explore consumer preferences on Jogja TV station. This research used qualitative methods including interview and observation. Informants of this research are Jogja TV viewers, consumers of institutions using Jogja TV, and Jogja TV manager. Based on the results of interviews and observations to the manager Jogja TV can be concluded Jogja TV has successfully imaged himself as a cultural television station, but Jogja TV in broadcast its programs have not been maximized due to several obstacles, among others; cost constraints, old equipment, poor quality human resources, and lack of regulatory certainty from the government. According to the perspective of an institution that once used Jogja TV as a promotional media, Jogja TV is considered easy in administration and scheduling so the institution prefer Jogja TV than other television stations. But it needs to be improved again coordination Jogja TV with agencies in cooperation with Jogja TV. In addition to that, promotion using Jogja TV is considered less effective so that in the year 2018 divert its promotions in the form of advetorial in various local print media in Yogyakarta. According to Jogja TV viewers' perspective there are many viewers who watch Jogja TV because the show is regional and display cultural content. However, viewers do not have a strong preference for Jogja TV, viewers only watch Jogja TV on certain programs that viewers like. Viewers want new breakthroughs and variety of programs from Jogja TV

Keywords: Preferences, Programs, Jogja TV

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat. Siaran televisi tidak sebatas diterima dalam bentuk siaran gratis. Sesuai dengan kebutuhan konsumen yang terus meningkat, konsumen bahkan rela membayar untuk dapat melihat siaran dari stasiun televisi tertentu, baik dalam bentuk terestrial (antena biasa) maupun parabola. Lebih jauh lagi, di era internet seperti sekarang ini, siaran dari stasiun televisi dapat dilihat secara langsung bahkan secara gratis oleh siapa pun, kapan pun, dan dimana pun melalui siaran *live streaming*, sehingga bisa jadi siaran televisi nasional maupun lokal di Indonesia disaksikan oleh orang luar negeri atau malah sebaliknya.

Walaupun perkembangan internet memberikan warna baru di industri media massa, namun konsumsi media televisi masih menjadi yang paling banyak. Menurut data riset yang dilakukan Nielsen (2014) secara keseluruhan, konsumsi media di kota-kota baik di Jawa maupun Luar Jawa menunjukkan bahwa televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%).

Sebagai media-media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, televisi tentu memegang peranan yang penting untuk menentukan aspek-aspek kehidupan manusia. Meskipun perkembangan ini baru pada tataran kuantitas, belum dari segi kualitas karena pada umumnya kualitas acara televisi di Indonesia masih memprihatinkan.

Menurut Munkyoi & Kirigo (2011) menemukan bahwa beberapa faktor yang menjadi preferensi stasiun televisi adalah program atau acara, presenter televisi, dan kualitas sinyal televisi. Bahkan dalam studinya juga menetapkan bahwa program yang ditayangkan sangat memengaruhi pilihan dan preferensi stasiun televisi. Studi tersebut menetapkan bahwa program dipilih karena kontennya bukan karena jadwal programnya. Sehingga dari hasil studi tersebut dapat disimpulkan bahwa program acara menjadi faktor sangat penting bagi pemirsa. Setiap pemirsa mempunyai karakteristik berbeda, perilaku berbeda, dan memiliki kepribadian sendiri, dan juga preferensi, suka dan tidak suka terhadap stasiun televisi. Sehingga hal tersebut menjadi penting untuk dipahami oleh pembuat

program acara di televisi dalam membuat program, bukan malah mengejar *rating* saja.

Selain masalah kualitas program acara, program acara televisi di Indonesia dipengaruhi oleh nilai dan budaya dari negara barat. Hal tersebut sangat wajar, sebab kalau melihat sejarah perkembangan media televisi ini datang dari barat, sehingga nilai dan budaya barat masuk dalam siaran televisi di Indonesia (cara berpakaian, model rambut, perabotan rumah, bahasa, dan lain-lain). Namun yang menjadi masalah tidak jarang nilai-nilai dan ide yang masuk ke Indonesia tidak sesuai dengan identitas dan kepribadian bangsa.

Menghadapi kenyataan tersebut maka muncullah bentuk-bentuk siaran regional. Salah satu yang telah menggejala adalah munculnya stasiun televisi lokal seperti JTV, Bali TV, Jogja TV, Surabaya TV, Semarang TV, dan masih banyak lagi televisi lokal yang kini kian menjamur diberbagai daerah yang ada di Indonesia. Dengan kemunculan stasiun TV lokal tersebut maka dapat dikatakan bahwa hal ini merupakan salah satu bentuk usaha untuk menghasilkan budaya tandingan (*counter culture*) dari universalitas dalam berbagai performa informasi dan komunikasi media massa (Kuswandi, 1996). Sehingga kemunculan televisi lokal ini diharapkan mampu menguatkan dan menandingi budaya barat yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan budaya masing-masing daerah.

Namun banyaknya televisi lokal ternyata tidak berbanding lurus dengan citra televisi lokal secara umum. Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa citra stasiun televisi lokal sangatlah rendah, masyarakat cenderung lebih memilih siaran stasiun televisi nasional yang memiliki program-program dan kualitas acara yang lebih baik dan menarik. Hasil penelitian Wijaya (2017) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen tidak memiliki preferensi yang kuat terhadap program TVRI karena program acara yang ditayangkan kurang tersegmentasi. Diperkuat lagi oleh Hasil penelitian Stephanie (2010) menunjukkan bahwa pola menonton atau preferensi konsumsi televisi lokal di Semarang sangat rendah dan rendah.

Di Yogyakarta sendiri *Market share* pemirsa televisi lokal (Nielsen, 2011) masih berada di kisaran angka 1,3%, dengan catatan rata-rata pola menonton televisi lokal berada pada jam tayang utama (pukul 18.00-22.00).

Angka itu terlihat begitu kecil apabila dibandingkan dengan pemirsa televisi nasional yang begitu besar. Selain itu, menjadi ironi ketika kita melihat kembali tujuan televisi lokal ini diciptakan, yaitu untuk menghasilkan budaya tandingan (*counter culture*) dari universalitas dalam berbagai performa informasi dan komunikasi media massa yang ada pada saat ini, yang pada intinya televisi lokal diciptakan untuk membentengi budaya luar yang kurang sesuai dengan nilai-nilai lokal yang ada.

Jogja TV dipilih menjadi lokasi penelitian ini dikarenakan Jogja TV merupakan pelopor televisi lokal di Yogyakarta yang telah berkiprah selama 13 tahun di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, sehingga dirasa sesuai dan mewakili permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang. Siaran Jogja TV mencakup wilayah Yogyakarta dan sekitarnya yang dikenal pula sebagai kota pendidikan, pusat kegiatan intelektual, kota budaya, politik dan sosial. Selain hal tersebut, Jogja TV merupakan stasiun televisi yang berbeda karena televisi lokal ini menghadirkan 80% programnya dengan muatan lokal yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya. Sehingga dari berbagai permasalahan yang ada serta diperkuat dengan berbagai anggapan dan penelitian yang menunjukkan pola menonton atau preferensi konsumen terhadap televisi lokal cukup rendah, maka analisis yang mendalam terkait preferensi konsumen terhadap stasiun Jogja TV dilihat dari program acaranya menjadi sangat penting dan menarik untuk diteliti. Apalagi belum ada penelitian terkait preferensi konsumen pada stasiun Jogja TV. Harapan kedepannya dengan adanya penelitian ini televisi lokal dapat terus berkembang mengikuti preferensi pemirsa tanpa menghilangkan nilai-nilai yang ingin ditanamkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode kualitatif ini mengumpulkan data-data deskriptif, berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan fenomenologis.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dan luar Yogyakarta, sedangkan waktu pelaksanaan

dimulai pada bulan Januari 2018 hingga Mei 2018.

Sumber Data

Pemilihan Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Direktur dan Produser Acara Jogja TV.
2. Instansi yang pernah menggunakan Jogja TV sebagai sarana komunikasi/sosialisasi/promosi.
3. Konsumen Jogja TV yang sedang atau pernah mengikuti program acara Jogja TV secara rutin sejumlah 10 orang.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian ini adalah data primer, Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi.

RINGKASAN ANALISIS DATA

Preferensi Jogja TV dari Prespektif Pengelola

Berikut hasil wawancara dengan Direktur dan Produser Acara Jogja TV:

1. Segmentasi Jogja TV lebih kepada pemirsa yang berada di SES B,C, dan D atau pemirsa yang berada pada kondisi sosial-ekonomi menengah ke bawah.
2. Upaya yang dilakukan Jogja TV agar dapat bersaing dengan stasiun televisi lain adalah dengan menampilkan sesuatu yang berbeda dari stasiun televisi lainnya yaitu budaya.
3. Jogja TV sebagai televisi yang dibranding sebagai televisi budaya dinilai telah berhasil dikenal oleh pemirsa.

4. Program unggulan Jogja TV masih didominasi oleh program-program yang mempunyai konten lokal dan budaya seperti; Klinong-klinong Campursari, Pawartos Ngayogyakarta, Adiluhung, Seputar Jogja, dan Dokter Kita.
5. Jogja TV melibatkan masyarakat sebagai artis dalam program acaranya sehingga masyarakat dapat melihat dirinya sendiri di televisi dan sebagai upaya menarik pemirsa untuk menyaksikan Jogja TV.
6. Upaya Jogja TV untuk dapat menyajikan acara sesuai dengan preferensi pemirsa adalah dengan mengumpulkan berbagai *stakeholder* yang ada dari mulai; Birokrasi, Akademisi, Pengusaha, Komunitas, Budayawan, dan lain-lain.
7. Dalam membuat program acara Jogja TV mengejar segmentasi pasar yang disesuaikan dengan idealisme perusahaan.
8. Saat ini Jogja TV belum memiliki instrumen untuk mengukur keberhasilan dari setiap program acara yang dutayangkan.
9. Pemirsa Jogja TV masih rentan terhadap perpindahan channel, meskipun ada beberapa pemirsa yang loyal akan tetapi jumlahnya tidak banyak.
10. Belum dilakukannya peremajaan alat pemancar menyebabkan kualitas gambar yang diterima oleh masyarakat menjadi kurang baik.
11. Belum adanya kepastian regulasi terkait digitalisasi televisi oleh pemerintah menyebabkan beberapa kebijakan seperti peremajaan alat pemancar belum bisa dilakukan.
12. Keterbatasan biaya menyebabkan program acara yang ditayangkan menjadi kurang maksimal.
13. Sumberdaya manusia di Jogja TV belum sebaik Sumberdaya Manusia yang berada di stasiun televisi nasional.

Preferensi Jogja TV dari Prespektif Konsumen Instansi

Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu instansi yang menggunakan Jogja TV didapatkan ringkasan wawancara sebagai berikut:

1. Jam tayang *prime Time* menjadi pilihan untuk menayangkan program. Di Jogja TV mencari jadwal yang sesuai lebih mudah dibandingkan TV lokal lain.

2. TV lokal lebih dipilih karena biaya promosi di TV lokal jauh lebih rendah dibandingkan biaya promosi di TV nasional
3. Secara Administrasi Jogja TV dinilai lebih mudah daripada stasiun televisi lokal lain di Yogyakarta.
4. Koordinasi yang dilakukan oleh Jogja TV dengan klien kurang baik.
5. Beriklan di Jogja TV dinilai kurang efektif, sehingga perlu menambah sarana promosi lain.
6. Pada tahun 2018 instansi tersebut beralih menggunakan beberapa media cetak lokal dalam beriklan.

Preferensi Jogja TV dari Prespektif Pemirsa

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pemirsa Jogja TV didapatkan ringkasan wawancara sebagai berikut :

1. Pemirsa sering menonton Jogja TV karena acaranya bersifat kedaerahan dan ingin mengetahui perkembangan terkini di daerahnya.
2. Pemirsa lebih menyukai acara yang bersifat kedaerahan daripada sinetron atau audisi pencarian bakat yang ditayangkan di stasiun TV nasional.
3. Pemirsa memilih Jogja TV sebagai media pendidikan dan pengenalan budaya kepada keluarga terutama kepada anak-anak.
4. Hanya acara tertentu saja yang disaksikan pemirsa, tidak semua acara disukai oleh pemirsa.
5. Menurut pemirsa untuk acara yang disukai sudah memuaskan, akan tetapi untuk secara umum program acara di Jogja TV belum memuaskan.
6. Pemirsa ingin adanya inovasi dan variasi program yang dilakukan oleh Jogja TV.
7. Pemirsa mengharapkan adanya perbaikan kualitas sinyal, agar kualitas gambar yang diterima pemirsa menjadi lebih baik.
8. Masyarakat perantauan yang berada jauh dari *coverage area* siaran berharap Jogja TV dapat ditangkap melalui parabola.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan kepada pengelola Jogja TV, konsumen Instansi yang menggunakan Jogja TV, dan pemirsa Jogja TV dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari prespektif pengelola Jogja TV, mengakui bahwasanya sebagai televisi yang di-branding sebagai televisi budaya, Jogja TV telah berhasil karena memang hampir sebagian besar konten yang ditayangkan merupakan konten lokal yang mengangkat kearifan lokal. Akan tetapi Jogja TV pada saat ini tidak memiliki indikator yang jelas mengenai tingkat keberhasilan dari program-program yang ditayangkan sehingga tidak ada indikator yang dapat dijadikan acuan Jogja TV untuk merumuskan sebuah kebijakan baru. Selain hal tersebut tidak dipungkiri bahwa saat ini Jogja TV juga mengalami berbagai kendala yang menyebabkan Jogja TV sulit untuk berkembang antara lain ; biaya, alat pemancar, sumber daya manusia, dan regulasi. Sehingga hal tersebut mengakibatkan Jogja TV belum mampu memberikan siaran yang maksimal kepada seluruh masyarakat di Yogyakarta dan sekitarnya.
2. Menurut instansi yang pernah menggunakan Jogja TV untuk program acaranya, Jogja TV dipilih karena memang menyiarkan acara melalui Jogja TV secara prosedur administrasi dan penjadwalan dianggap lebih mudah daripada stasiun televisi lain. Selain itu, faktor biaya juga menjadi pertimbangan dalam memilih Jogja TV. Akan tetapi siaran yang ditayangkan di Jogja TV dianggap belum maksimal, karena jangkauan siaran Jogja TV yang tidak terlalu baik mengakibatkan siaran Jogja TV tidak dapat diterima dengan gambar yang baik di beberapa wilayah. Pada tahun ini Instansi yang dijadikan subyek penelitian sudah tidak menggunakan Jogja TV lagi dan mengalihkan promosinya kepada media cetak lokal yang ada di Yogyakarta. Perlu adanya pembenahan dari pihak Jogja TV terkait koordinasi dari Jogja TV yang harus lebih diperbaiki lagi kepada setiap klien yang ingin menampilkan program acaranya di Jogja TV agar tidak ada yang merasa dirugikan, sehingga harapannya Jogja TV dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakan Jogja TV.
3. Dari prespektif pemirsa, sebagai televisi yang mengusung konten lokal dan budaya Jogja TV memang sudah berhasil, banyak pemirsa Jogja TV menyaksikan Jogja TV karena acaranya bersifat kedaerahan dan menampilkan konten-konten kebudayaan. Pemirsa lebih memilih Jogja TV dengan konten-konten lokalnya daripada sinetron ataupun ajang pencarian bakat yang ditayangkan oleh stasiun televisi nasional. Akan tetapi tingkat kesukaan pemirsa terhadap Jogja TV tidak terlalu kuat. Pemirsa Jogja TV hanya tertarik pada acara-acara tertentu saja, tidak semua program di Jogja TV disukai oleh pemirsa. Kurangnya variasi program dan sinyal yang kurang baik merupakan faktor utama yang menyebabkan Jogja TV kurang diminati oleh pemirsa. Pemirsa ingin adanya inovasi baru dan variasi program yang dilakukan oleh Jogja TV. Selain itu, perbaikan kualitas gambar dan jangkauan siaran melalui satelit maupun perbaikan pemancar juga diharapkan oleh pemirsa Jogja TV.

Saran

Berdasarkan masukan-masukan yang disampaikan oleh pengelola Jogja TV, Konsumen dari instansi, dan juga pemirsa Jogja TV maka ada beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan, antara lain:

1. Perlu adanya inovasi dan variasi dalam membuat program acaranya agar tidak terkesan membosankan bagi pemirsa. Beberapa acara yang sudah bagus tetap dipertahankan, akan tetapi untuk acara-acara yang kurang diminati pemirsa bisa di evaluasi ulang agar bisa menjadi bahan perbaikan untuk kedepannya.

2. Alat pemancarnya perlu diperbaiki agar kualitas gambarnya dan jangkauan siarannya lebih baik lagi.
3. Jogja TV bisa disaksikan lagi melalui satelit agar masyarakat perantauan ataupun yang berada di luar daerah bisa menyaksikan tayangan yang disiarkan Jogja TV.
4. Koordinasi dan komunikasi dengan pengisi acara yang ingin menayangkan programnya di Jogja TV perlu diperbaiki agar tercipta hubungan kerja sama yang baik dan kondusif.
5. Terkait sumber daya alangkah lebih baiknya apabila Jogja TV dapat berkerjasama dengan kampus-kampus yang mempunyai program studi yang linier dengan apa yang dibutuhkan Jogja TV agar dapat menyerap sumber daya yang lebih berkualitas lagi, diharapkan dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia Jogja TV mampu berinovasi dan berkembang lebih pesat lagi.
6. Diperlukan adanya indikator keberhasilan siaran yang telah dilakukan melalui riset, apabila tidak ada dana yang cukup untuk kebutuhan riset maka sangat mungkin apabila pihak manajemen Jogja TV dapat bekerjasama dengan perguruan tinggi dalam melakukan riset.
7. Terakhir terkait dengan belum adanya kepastian regulasi dari pemerintah, Jogja TV berhak untuk memberikan masukan dan mendesak pemerintah

agar lebih tegas lagi dalam membuat kebijakan.

Daftar Pustaka

- Kuswandi, Wawan. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta:Rineka Cipta
- Munyoki, Justus M & Kirigo, Wachira Rose. (2011). *Factors Affecting Preference fot Television News Channels among School Teachers with Special Reference to District Sirsa, Haryana*. Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR) Vol 2 (6), ISSN: 2454-1362
- Nielsen. (2014). *Konsumsi Media Lebih Tinggi Di Luar Jawa*. Di akses pada 01 Januari 2017 pukul 16.00. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>
- Stephanie, Brian .(2010). *Studi Mengenai Faktor-Faktor Preferensi Konsumsi Televisi Lokal Di Kota Semarang*. Undergraduate thesis, Diponegoro University.
- Wijaya, Tony. (2017). *Eksplorasi Preferensi Konsumen pada Stasiun TVRI*. Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Solusi, Volume 12, Nomer 1.