

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Media massa merupakan jembatan informasi bagi masyarakat, dengan media massa masyarakat dapat mengetahui apa yang terjadi diluar lingkungan. Beberapa tahun belakangan ini perkembangan media massa sangat pesat, bahkan kini telah menjadi sebuah industri. Media massa terdiri dari media massa cetak, yaitu surat kabar, tabloid dan majalah. Sedangkan media elektronik yaitu terdiri dari siaran radio, televisi, film dan media *online* (internet).

Media massa adalah alat untuk mengkomunikasikan pesan secara serempak kepada khalayak. Media massa terdiri dari media cetak dan media elektronik, salah satu media massa elektronik yang sedang berkembang adalah televisi *online* (internet). Televisi dengan karakteristik audio visualnya, mampu mempengaruhi orang banyak.

Perkembangan dunia pertelevisian indonesia dalam sepuluh tahun ini belakangan ini cukup cepat, hal ini tentu saja mengundang perhatian para pelaku bisnis untuk merambah bidang ini, terbukti dengan banyaknya bermunculan beberapa stasiun televisi baru yang jangkauannya beragam, mulai dari lokal, lokal berjangkauan, swasta nasional dan nasional.

Format dan program acara televisi yang di sajikan sangat beragam, mulai dari acara musik, berita, talkshow, kuis, dll. Dengan kondisi yang seperti ini, menempatkan stasiun televisi dalam persaingan yang ketat serta dalam bentuk dan

format siaran. Kemampuan kreasi dan inovasi merupakan cara yang paling tepat untuk dapat mempertahankan eksistensi suatu televisi.

Kebutuhan perusahaan terhadap fungsi Manajemen tidak dapat dipandang hanya dengan sebelah mata. Hal ini disebabkan karena dalam melakukan proses kegiatan, perusahaan harus mampu menghasilkan suatu produk baik berupa barang ataupun jasa yang sesuai dengan kriteria ,waktu dan besarnya biaya yang telah ditetapkan. Perubahan terhadap salah-satu dari ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi dua faktor lainnya yang tentunya juga akan berdampak pada besar kecilnya nilai keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.

Manajemen memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan pengembangan perusahaan kearah yang bersifat strategis. Beberapa alasan yang dianggap dapat menguatkan pentingnya keberadaan fungsi Manajemen yang baik dalam suatu perusahaan antara lain semakin pendeknya kompresi daur hidup produk, tingginya tingkat kompetisi global serta pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menyebabkan semakin meningkatnya kompleksitas.

Mengelola bisnis media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang paling sulit dan paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengelola media penyiaran pada dasarnya adalah mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, program dan pemasaran.

Keberhasilan media penyiaran bergantung pada bagaimana kualitas orang-orang yang bekerja pada ketiga bidang tersebut. Namun demikian, kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media penyiaran bersangkutan mengelola sumber daya manusia yang ada. Karena alasan inilah Manajemen yang baik mutlak diperlukan pada media penyiaran.

Mengelola suatu media penyiaran memberikan tantangan yang tidak mudah kepada pengelolanya. Tantangan yang harus dihadapi Manajemen media penyiaran disebabkan oleh dua hal. Pertama, sebagaimana perusahaan lainnya, media penyiaran dalam kegiatan operasionalnya harus dapat memenuhi harapan pemilik dan pemegang saham untuk menjadi perusahaan yang sehat dan mampu menghasilkan keuntungan. Namun di pihak lain, sebagai tantangan kedua, media penyiaran harus mampu memenuhi kepentingan masyarakat (komunitas) dimana media bersangkutan berada, sebagai ketentuan yang harus dipenuhi ketika media penyiaran bersangkutan menerima izin siaran (lisensi) yang diberikan negara.

Dengan demikian, upaya untuk menyeimbangkan antara memenuhi kepentingan pemilik dan kepentingan masyarakat memberikan tantangan tersendiri kepada pihak Manajemen media penyiaran. Media penyiaran pada dasarnya harus mampu melaksanakan berbagai fungsi yaitu antara lain fungsinya sebagai media untuk beriklan, media hiburan, media informasi dan media pelayanan. Untuk mampu melaksanakan seluruh fungsi tersebut sekaligus dapat memenuhi kepentingan pemasang iklan, audien serta pemilik dan karyawan merupakan tantangan tersendiri bagi Manajemen. Corak produksi (mode of production) dalam Manajemen media yang mengabdikan kepada kepentingan modal

akan menjadikan pemberhalaan terhadap rating dan iklan, sehingga selera pasar yang kemudian diikuti.

Sebagaimana organisasi atau perusahaan lain, media penyiaran menggunakan Manajemen dalam menjalankan kegiatannya, dan setiap orang yang mempunyai tanggung jawab atas bawahan dan sumber daya organisasi lainnya dengan menjalankan fungsi Manajemen disebut dengan manajer . Pada dasarnya, Manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi karena tanpa Manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan menjadi lebih sulit.

Saat ini teknologi nampaknya masih milik kalangan terbatas yang didominasi oleh golongan kaya dan pelajar. Fenomena ini nampaknya akan segera berakhir. Hal ini didasarkan pada persentase kenaikan jumlah pengguna internet di beberapa negara asia: Indonesia naik 180%, Korsel 120%, Singapura 115%, Malaysia 90%, bahkan India tercatat naik 450% suatu persentase peningkatan yang drastis. Bahkan pada tahun 2010 diperkirakan akan lebih dari satu miliar orang di dunia yang mengakses internet.

Penggunaan internet di dunia dan di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat. Menurut lembaga yang memperkirakan pengguna internet di Indonesia yaitu APJII ( Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia ). Menurut perkiraan APJII, sampai akhir tahun 2007 ini pengguna internet di Indonesia mencapai angka 25 juta pengguna internet.<sup>1</sup> Hal ini tentu saja merupakan target audien yang besar. Sayangnya jumlah audien yang cukup besar ini masih sedikit konten yang ditawarkan oleh televisi internet ( televisi online ).

---

<sup>1</sup>Data dari MIVO.TV, APJII (Asosiasi Penyedia jasa Internet Indonesia ), Desember, 2007

Televisi internet dikenal juga dengan istilah televisi daring atau televisi online. Televisi jenis ini merupakan situs yang memiliki tayangan video terkonsep, diperbarui secara terus-menerus, dinamis, dan dapat diakses secara bebas oleh siapa saja. Untuk mengaksesnya kita memerlukan koneksi internet.

Televisi internet (*online*) adalah merupakan media baru yang menggabungkan televisi dengan jaringan internet. Televisi internet memiliki prospek kedepan yang cerah dengan semakin terus meningkatnya teknologi jaringan (internet) dan juga meningkatnya pengguna internet di dunia dan juga di Indonesia yang sangat signifikan setiap tahunnya. Perbedaan yang paling mendasar antara televisi internet dan televisi yang kita kenal selama ini adalah, bila televisi internet (*online*) menggunakan koneksi internet untuk melihat tayangannya, sedangkan televisi konvensional menggunakan gelombang radio untuk memancarkan siarannya. Selain itu bila kita menggunakan televisi internet (*online*) kita dapat menentukan sendiri konten program siaran, jadwal siarannya kapan kita ingin menonton dan dapat memilih saluran televisi yang ada di seluruh dunia dengan secara gratis. Salah satu kelebihan televisi internet (*online*) dapat di nikmati secara mobile dimana saja, tidak hanya dari komputer dan televisi internet tetapi juga bisa dinikmati melalui *smartphone* dan berbagai *gadget* yang memiliki koneksi internet.

Teknologi baru akan menggantikan fungsi kabel dari perangkat yang ada seperti komputer untuk koneksi ke internet sehingga tidak dibutuhkan lagi kabel untuk menyesuaikan PDA (*Personal Digital Assistant*) dengan komputer. Inovasi ini akan membuat akses internet dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

MIVO.TV beroperasi sejak 7 Agustus 2007. mulai dari awal beroperasi 7 Agustus 2007 hingga saat ini MIVO.TV adalah situs TV Online No.1 di Indonesia, yang menunjukkan berbagai program TV secara gratis melalui internet. MIVO.TV berada di bawah naungan Imediabiz Pty Ltd yang merupakan perusahaan teknologi informasi Internasional yang berbasis di Sydney (Australia), Vancouver - ( Canada ), dan Jakarta ( Indonesia ).Visi dan Misi MIVO.TV adalah menyediakan sebuah layanan teknologi yang menghubungkan berbagai perbedaan di masyarakat untuk menciptakan komunitas online yang kolaboratif. Memberikan Informasi (berita) dan hiburan kepada orang-orang Indonesia yang berada di luar negeri secara gratis. Menjangkau seluruh masyarakat indonesia yang berada di luar negeri. Menawarkan media interaktif yang mudah di gunakan dan dapat di gunakan oleh semua orang.<sup>2</sup>

Berdasarkan data yang di peroleh, audien Mivo.TV tersebar di berbagai negara yaitu Indonesia 2.315.871, South Korea 494.618, Japan 356.026, Saudi Arabia 502.804, United States 174.412, Malaysia 155.198, Netherlands 88.745, Taiwan 156.129, Australia 77.639, Hong Kong 76.776 dan 171 negara lainnya.

Kesuksesan yang diraih oleh MIVO.TV tentunya tidak terlepas dari unsur-unsur yang ada didalamnya mulai dari isi program, tampilan, kemudahan akses dan juga promosi yang telah dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kesuksesan MIVO.TV. Hal ini menjadikan perhatian penulis untuk mengangkat fenomena ini kepermukaan.

---

<sup>2</sup> Data dari MIVO.TV

Penulis merasa perlu untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan MIVO.TV sebagai televisi berbasis internet. Dalam kurun waktu 5 tahun MIVO.TV telah menjadi televisi online no 1 di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bagaimana strategi pengembangan MIVO.TV sebagai televisi berbasis Internet .?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada penelitian di atas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan MIVO.TV sebagai televisi berbasis Internet.

## **1.4 Signifikasi Penelitian**

Penelitian ini pada dasarnya ingin menganalisis bagaimana strategi pengembangan televisi berdasarkan bukti-bukti yang empiris.

### **1.4.1 Signifikasi teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan komunikasi terutama dibidang

broadcasting, khususnya pengembangan MIVO.TV sebagai televisi berbasis Internet.

#### **1.4.2 Signifikasi praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan bahan masukan yang berarti bagi stasiun-stasiun televisi, khususnya MIVO.TV, karena akhir hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan MIVO.TV sebagai televisi berbasis internet.