

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan media saat ini, televisi berlomba-lomba menyajikan program-program menarik seperti reality show, talk show, drama dan tayangan kehidupan nyata. Televisi merupakan media komunikasi yang berperan penting dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat. Sebagai media audio-visual, televisi memiliki peran penting dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat. Namun, berbagai tayangan televisi kerap menjadi sorotan publik karena memuat konten yang kontroversial, seperti adegan kekerasan dalam sinetron, berita, maupun acara olahraga. Media televisi mampu menyajikan visual dan audio dalam bersamaan sehingga informasi ataupun pesan dapat tersampaikan kepada penonton secara langsung. (Deska Yoga Pratama, 2019) Menurut Krahe (Pratama et al., 2019) masyarakat berpendapat bahwa adegan kekerasan tersebut bisa meningkatkan perilaku agresif di kalangan remaja. Di tengah kekhawatiran tersebut, TVRI Jawa Tengah hadir sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang mengusung nilai-nilai edukatif, budaya, dan keberagaman melalui tayangan berkualitas. TVRI Jawa Tengah memiliki beragam program acara unggulan yang menarik dan mencakup dari beberapa kategori yaitu program acara informasi, pendidikan, budaya, agama dan hiburan, dengan segmentasi pemirsa dari remaja hingga orang dewasa.

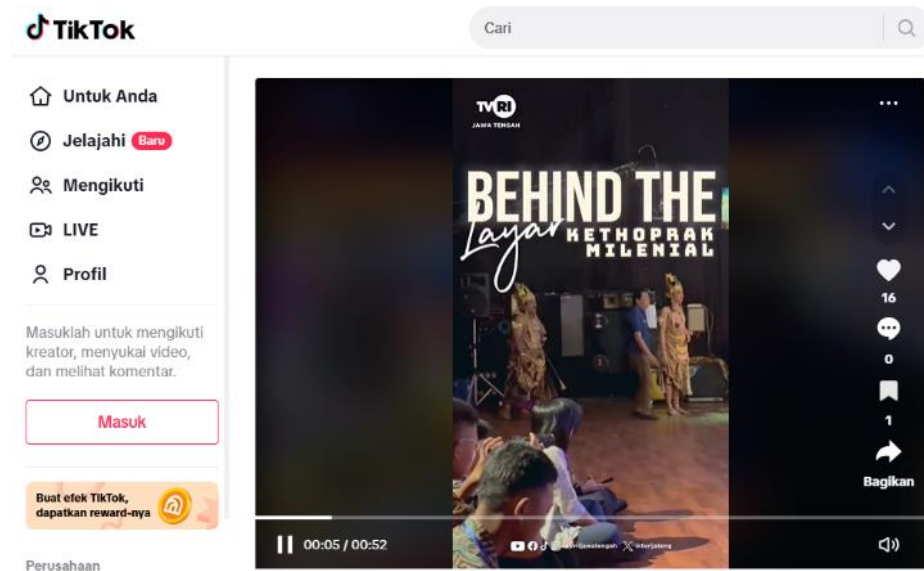
Seiring dengan berkembangnya teknologi, informasi dan digitalisasi, TVRI Jawa Tengah telah menyiapkan infrastruktur untuk membangun transmisi digital guna mempersiapkan lembaga masuk ke dunia digital multiplatform. Bertepatan dengan HUT TVRI Jawa Tengah yang ke-26 di tanggal 29 Mei 2022, TVRI Jawa Tengah mengambil tema "26 Tahun TVRI Stasiun Jawa Tengah, Siap Digitalisasi Siaran" yang berarti TVRI Jawa Tengah siap menyongsong *Analog Switch Off* (ASO). Dalam mengenalkan digitalisasi, TVRI memiliki Tim Konten Media Baru yang berperan penting dalam mengelola semua akun media sosial TVRI Jawa Tengah, diantaranya:

Instagram, Youtube, Facebook, Twitter dan TikTok. Platform digital ini digunakan untuk memperluas jangkauan audiens dan mengenalkan program-program TVRI kepada masyarakat lebih luas, khususnya generasi muda. Dengan beberapa platform tersebut TVRI Jawa Tengah membuat konten berupa cuplikan berita Jawa Tengah terkini, poster peringatan hari penting, informasi umum, galeri foto program siaran dan video dibalik layar saat siaran program yang dilakukan di studio 1 TVRI Jawa Tengah. Namun, meskipun aktif di media sosial, interaksi audiens terhadap konten yang diunggah TVRI Jawa Tengah masih tergolong rendah. Sebagai contoh, unggahan galesi siaran program Ketoprak Milenial yang dilakukan secara tapping atau siaran tidak langsung, pada unggahan tersebut mendapat 66 likes dan 6 komentar, dari jumlah interaksi unggahan galeri tersebut hanya memperoleh engagemen rate sebesar 0.54%, di bawah standar engagement rate yang dikategorikan rendah.



Gambar 1. 1 Galeri Ketoprak Milenial

Menurut (Soraya dalam Istifarah & Rachmawati, 2022) *engagement rate* rendah apabila kurang dari 1%, *engagement rate* sedang apabila berada di angka 1%-3,5%, dan angka 3,5%-6% merupakan *engagement rate* tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa unggahan Instagram TVRI Jawa Tengah termasuk rendah dan kurangnya keterlibatan interaksi aktif pada setiap postingan Instagram TVRI Jawa Tengah dengan *followers*. Namun jika dibandingkan dengan unggahan akun TikTok TVRI Jawa Tengah, Instagram TVRI Jawa Tengah lebih memiliki banyak interaksi yang bagus, berikut merupakan postingan Galeri Instagram Ketoprak Milenial dengan konten *behind the scene* Ketoprak Milenial.



Gambar 1. 2 Dibalik Layar Ketoprak Milenial

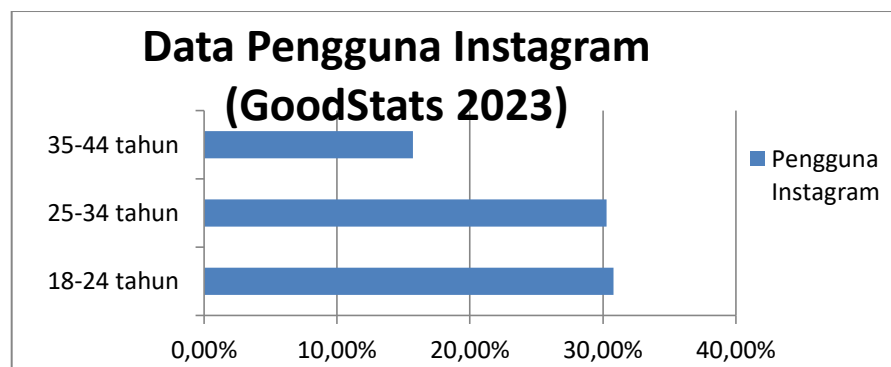
Selain galeri TVRI Jawa Tengah juga membagikan konten dibalik layar siaran programnya di berbagai platform seperti TikTok. Pada postingan tersebut hanya mendapat 16 likes tanpa komentar. Sama halnya dengan unggahan berita di akun TikTok TVRI Jawa Tengah hanya mendapatkan 10 *likes* dan 1 *share* tanpa komentar.



Gambar 1. 3 Berita Jawa Tengah Terkini

Karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) di bagian Konten Media Baru, tim ini dibantu oleh para pemegang dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan juga mahasiswa. Kontribusi pemegang sangat berperan penting dalam memberikan serta merealisasikan ide menarik untuk konten media sosial. Media sosial merupakan alat yang digunakan untuk berinteraksi antara satu sama lain tanpa dibatasi ruang waktu dan memiliki jangkauan yang luas untuk berbagi, dan bertukar informasi dalam sebuah jaringan. Banyak lembaga yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan lembaga tersebut untuk mengenalkan program-program acara, dan menyebarkan informasi terkini. Hal tersebut menjadi tantangan bagi TVRI Jawa Tengah untuk terus berproses dan menjangkau lebih banyak penonton khususnya remaja dan masyarakat dengan menggunakan media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial diharapkan dapat meningkatkan kesadaran atau *awareness* masyarakat bahwa TVRI Jawa Tengah memiliki berbagai macam program yang menarik dan cocok untuk ditonton semua kalangan yaitu meliputi pendidikan, budaya, informasi, agama, dan hiburan. Program – program tersebut tidak hanya ditonton melalui Televisi saja untuk bisa menyaksikan tayangan menarik, masyarakat dapat menonton berita atau informasi terkini hanya dengan media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, X, dan *live streaming* di Youtube TVRI Jawa Tengah.

TVRI Jawa Tengah aktif di semua media sosial, namun penulis akan fokus pada media sosial Instagram untuk pembuatan konten. Dengan media sosial instagram tersebut TVRI Jawa Tengah dapat dengan mudah menjangkau semua kalangan, khususnya anak muda, karena menurut data dari *GoodStats* 2023 bahwa Instagram merupakan media sosial paling digemari di dunia, yang mencapai 1,35 miliar pengguna di tahun 2023. Pengguna Instagram didominasi oleh kalangan anak muda dan dewasa muda, 30,8% pengguna Instagram dengan usia 18-24 tahun, 30,3% pengguna Instagram dengan usia 25-34 tahun, dan kelompok usia 35-44 tahun berada di posisi ketiga yaitu dengan 15,7% pengguna. Hal ini menyatakan bahwa pengguna internet tidak hanya kalangan remaja saja, melainkan dewasa juga aktif menggunakan media sosial.

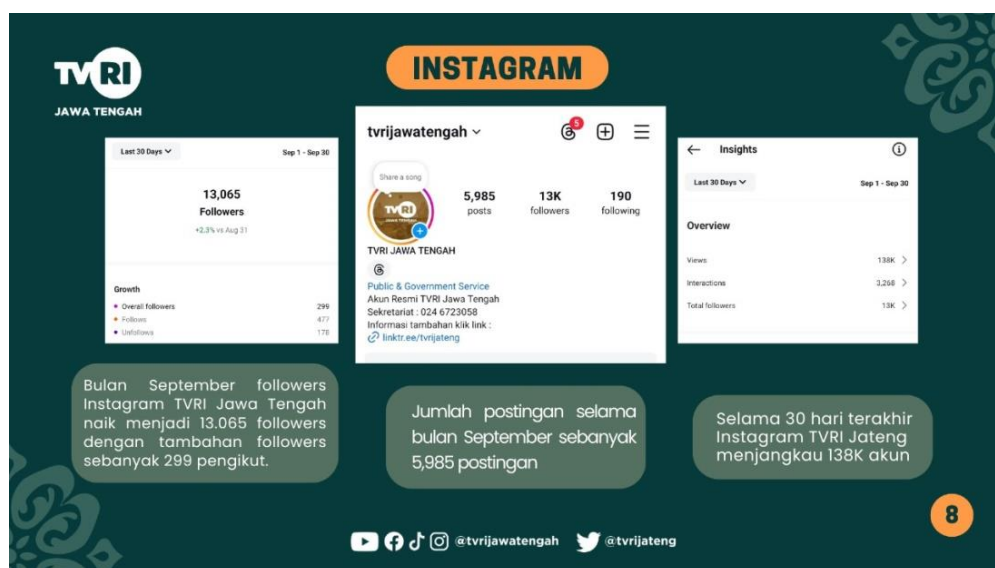


gambar 1. 4 Diagram data pengguna Instagram (Good Stats 2023)

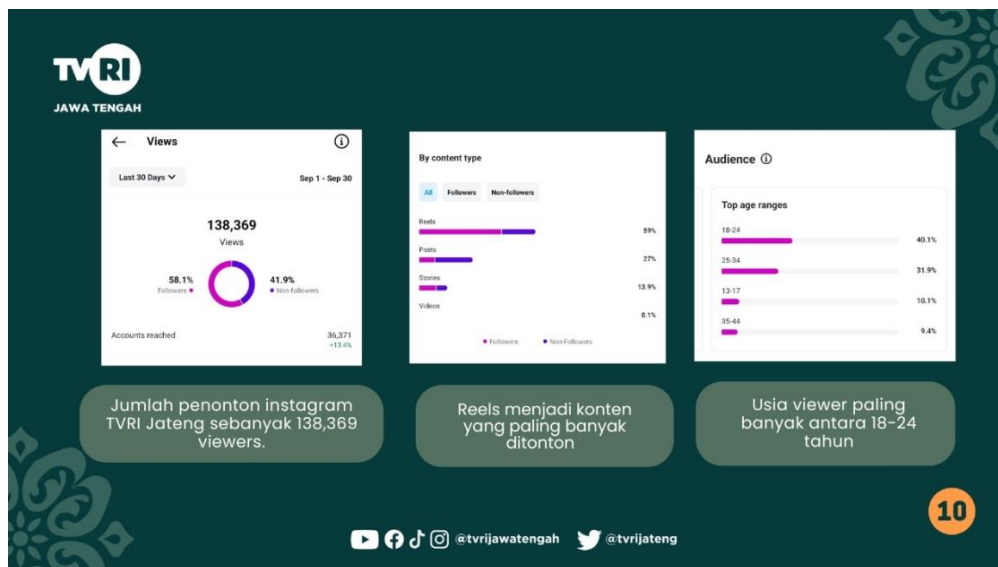
Menurut riset dari Nielsen Indonesia, persentase gender wanita yang menggunakan internet sebesar 48%, sedangkan laki-laki lebih banyak yaitu 52%. Dan persentase gender wanita yang menonton Televisi sebanyak 51% sedangkan laki-laki hanya 52%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet dan Televisi merupakan dua media yang saling melengkapi.

Informasi dari Asadullah selaku ketua tim Konten Media Baru TVRI Jawa Tengah pada 15 Oktober 2024 menyatakan bahwa TVRI Jawa Tengah tidak lagi berlangganan layanan *NIELSEN* untuk menghitung jumlah kepemirsaaan TV terrestrial semenjak perubahan TVRI menjadi saluran digital. Jadi, TVRI Jawa Tengah memanfaatkan media sosial untuk mengukur

kepemirsaaan. Namun hal tersebut tidak menjadi kendala karena salah satu media sosial akun instagram TVRI Jawa Tengah memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak, yaitu sebanyak 13.065 ribu followers per bulan September 2024. Akun Instagram TVRI Jawa Tengah mendapat jangkauan gender dan usia laki-laki lebih banyak yaitu 60,7% sedangkan perempuan hanya 39,2%. Dengan rata-rata usia 18-24 tahun sebanyak 21.5%, usia 25-34 tahun sebanyak 38.9%, dan usia 35-44 tahun sebanyak 21.9% per bulan September 2024. Selama bulan September Instagram TVRI Jawa Tengah membuat 17 postingan, 29 stories, dan 45 reels. Top lokasi paling tinggi yaitu daerah Semarang dengan jumlah 19%. Konten reels menjadi konten yang paling banyak ditonton yaitu mendapat 59%, posts mendapat 27%, sedangkan stories hanya mendapat sedikit persentase yaitu 13.9%. jumlah penonnton Instagram TVRI Jateng sebanyak 138,369 viewers.



gambar 1. 5 Followers Instagram TVRI Jawa Tengah

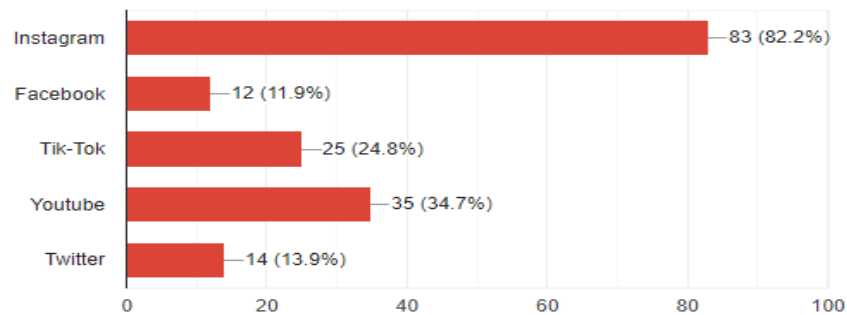


gambar 1. 6 Insight TVRI Jawa Tengah

Berdasarkan data yang penulis kumpulkan, penulis membuat kuesioner berupa survey *Brand Awareness* Program TVRI Jawa Tengah. Pada survey tersebut penulis mendapatkan 101 responden yang merupakan masyarakat berdomisili di Jawa Tengah. Dengan mencakup pertanyaan meliputi, jenis kelamin, usia, asal kota, media yang digunakan untuk menyaksikan acara TVRI Jawa Tengah, apakah tahu jika TVRI Jawa Tengah memiliki media sosial, apakah suka menonton TV, media sosial apa yang sering digunakan, apakah mengetahui program-program tayangan TVRI Jawa Tengah, disini penulis menuliskan beberapa program TVRI Jawa Tengah dan responden memilih program yang diketahui, apakah mengetahui bahwa tayangan program TVRI Jawa Tengah bisa disaksikan di kanal YouTube TVRI Jawa Tengah, dan penting atau tidak untuk mempromosikan program tayangan Televisi melalui media sosial.

Dari kuesioner yang peneliti sebar dan mendapatkan hasil dengan rentang usia 16-40 tahun sebanyak 98%. Di Provinsi Jawa Tengah, Semarang menjadi posisi pertama yaitu 54.5% dan Demak menjadi posisi kedua yaitu 31.7%. Berdasarkan hasil kuesioner, 88% responden yang mengetahui TVRI hanya dapat disaksikan melalui Televisi. Pada survey *Brand Awareness* Program TVRI Jawa Tengah, banyak responden yang mengetahui bahwa

TVRI Jawa Tengah memiliki media sosial dan hasil dari survey tersebut mendapatkan 87 responden, sedangkan 14 responden belum mengetahui media sosial TVRI Jawa Tengah.



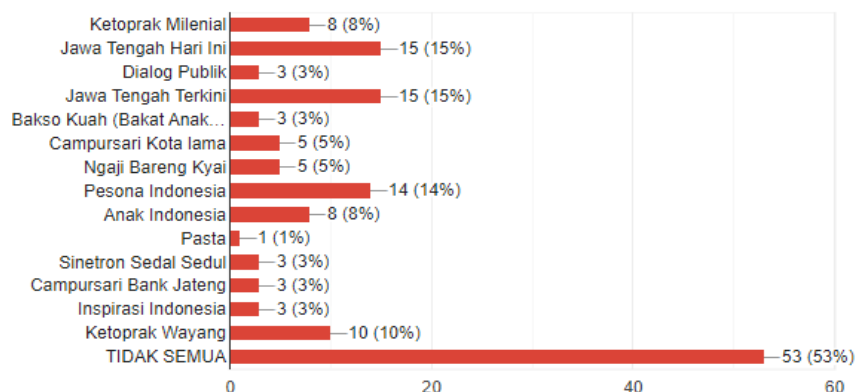
gambar 1. 7 Media sosial yang sering digunakan

Pada survey *Brand Awareness* Program TVRI Jawa Tengah, Instagram mendapatkan hasil terbanyak pengguna media sosial yang sering digunakan, yaitu sebanyak 83 responden menggunakan media sosial Instagram. Survey diatas digunakan untuk mengetahui media sosial apa yang paling sering responden gunakan dalam sehari-hari. Hasil survei yang penulis peroleh terdapat sebanyak 67% yang belum mengetahui program-program TVRI Jawa Tengah dan hanya mendapat 33% responden yang mengetahui program-program TVRI Jawa Tengah

Program - program TVRI Jawa Tengah yang Anda tahu

[L](#) [C](#)

100 responses



gambar 1. 8 Program-program TVRI Jawa Tengah yang diketahui responden

Pada survey *Brand Awareness* Program TVRI Jawa Tengah mendapat sebanyak 53 responden yang belum mengetahui program-program TVRI Jawa Tengah, hanya 15 responden yang mengetahui program berita Jawa Tengah Hari Ini dan Jawa Tengah Terkini, sedangkan untuk program-program lainya hanya mendapatkan responden dibawah 14%. Namun pada daftar program diatas terdapat program yang sudah tidak ditayangkan lagi, yaitu sinetron sedal-sedul. Program tersebut terakhir ditayangkan pada tahun 2023 dikarenakan biaya produksi yang tidak mencukupi, dan penulis mengganti dengan program terbaru yaitu program Kromatis yang sudah ditayangkan pada tanggal 03 Agustus 2024.

Penulis mendapatkan 76.2% responden yang belum mengetahui jika program tayangan TVRI Jawa Tengah dapat disaksikan di kanal YouTube TVRI Jawa Tengah, sedangkan responden yang sudah mengetahui penayangan program di YouTube hanya 23.8%. Pada pertanyaan kuesioner survey *Brand Awareness* Program TVRI Jawa Tengah penulis mendapatkan 89.1% responden yang memilih penting untuk mempromosikan program tayangan televisi melalui media sosial, dan 10.9% memilih jawaban Tidak.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat mengetahui lembaga TVRI Jawa Tengah, namun tidak banyak yang mengetahui mengenai program-program apa saja yang TVRI Jawa Tengah persembahkan untuk masyarakat Jawa Tengah. Dengan data hasil survei tersebut penulis berupaya untuk meningkatkan awareness masyarakat khususnya Jawa Tengah, mengenai program apa saja yang ada di TVRI Jawa Tengah sajikan. Salah satu bentuk strategi tersebut adalah produksi konten promosi berbentuk video *Reels* di Instagram, yang saat ini menjadi format yang paling diminati untuk menjangkau khalayak muda secara luas. Melalui pendekatan ini, TVRI Jawa Tengah diharapkan dapat lebih optimal dalam memperkenalkan program-program siaran dan meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap keberadaan dari konten siarannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

TVRI Jawa Tengah membutuhkan konten reels instagram sebagai media *promosi* berupa video konten untuk memberikan informasi yang berisi pesan informatif dan menarik pada program-program siaran yang diproduksi di studio TVRI Jawa Tengah, yang diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap program siaran TVRI Jawa Tengah.

1.3 Tujuan

Tujuan dari proyek ini adalah meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap program siaran TVRI Jawa Tengah melalui pembuatan produksi konten di media sosial Instagram TVRI Jawa Tengah.

1.4 Manfaat

Manfaat dilaksanakannya proyek tugas akhir ini yakni:

1.4.1 Bagi Penulis

Untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman praktik untuk meningkatkan kreativitas dalam memproduksi konten media *public Relations* khususnya pada bidang *public relations* atau kehumasan.

1.4.2 Bagi TVRI Jawa Tengah

Sebagai alat untuk acuan dalam menyusun strategi promosi yang lebih mudah melalui instagram *reels*, sehingga dapat meningkatkan jumlah penonton dan memperluas jangkauan siaran supaya program TVRI Jawa Tengah lebih dikenal oleh Masyarakat luas.

1.4.3 Bagi Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas

Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa dalam Menyusun tugas akhir dan menjalin Kerjasama antara program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat dengan Lembaga Penyiaran Publik TVRI Jawa Tengah.

1.4.4 Bagi Masyarakat

Memberikan informasi pengetahuan yang relevan kepada masyarakat luas tentang program siaran TVRI Jawa Tengah. Diharapkan dapat berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat melalui informasi yang akurat dan relevan

1.5 Luaran

Penulis memproduksi 10 konten *reels* Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program siaran TVRI Jawa Tengah. Konten terdiri dari 2 video pengenalan umum dan 8 video program siaran yang diproduksi langsung di studio TVRI Jawa Tengah. Jumlah ini cukup untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh, menjaga minat audiens selama masa promosi, serta memudahkan dalam menganalisis setiap konten berdasarkan respon dan interaksi pengguna di Instagram.