

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya setiap individu adalah makhluk sosial yang tidak terlepas dari kegiatan komunikasi untuk menyampaikan maksud dan tujuannya kepada orang lain, dan tidak jarang mereka saling bertukar informasi satu sama lainnya. Agar dapat memenuhi kebutuhan informasi, individu mencari dan memperolehnya melalui media massa yang terdiri dari media cetak, media elektronik, dan internet.

Salah satu media elektronik yang sampai saat ini masih menjadi pilihan bagi khalayak adalah televisi, penggunaan televisi sebagai media massa di Indonesia masih dianggap primadona jika dibandingkan dengan media massa lainnya, hal ini berdasarkan survey *Nielsen Consumer Media View* 26 Juli 2017 yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi Televisi masih memimpin dengan 96% disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%). (www.nielsen.com, diakses 26 Januari 2018, pukul 14:12). Dari data tersebut kita dapat melihat daya konsumsi televisi di Indonesia masih besar.

Keunggulan televisi sebagai media *audio-visual* merupakan salah satu alasan mengapa televisi masih menjadi media massa yang diminati masyarakat. Beragam pilihan program acara mulai dari hiburan, olah raga, berita, dsb membuat penontonnya dapat menentukan stasiun televisi (*channel*) apa yang mereka sukai. Setiap stasiun televisi memiliki identitas visualnya masing-masing yang dapat membedakan satu sama lainnya yang bertujuan agar dapat diingat oleh khalayak, identitas visual tersebut dapat berupa nama, logo, dan slogan. Penggunaan slogan dinilai masih efektif untuk mengkomunikasikan prinsip perusahaan stasiun televisi kepada khalayak, karena slogan selalu diucapkan setelah nama stasiun televisi dalam setiap iklan program televisi. Slogan yang ditayangkan secara intens dan diucapkan sesudah program acara televisi (*bumper out*), akan membuat khalayak mudah untuk mengingat slogan tersebut.

Slogan atau sebuah kalimat pendek yang terdapat diantara logo dan *brand* adalah bentuk penyampaian informasi atau pemberitahuan dan slogan biasanya ditulis dengan kalimat pendek yang menarik, singkat, mudah diingat, dan persuasi yang memiliki tujuan untuk menegaskan sebuah pemikiran atau prinsip, bahkan slogan juga merupakan perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi, organisasi, dan partai politik (Alwi 2003:108).

Slogan mempunyai dua fungsi utama yaitu menjaga keberlangsungan serangkaian iklan dalam kampanye, dan menyederhanakan sebuah strategi pesan periklanan pada pernyataan *positioning* agar menjadi ringkas, dapat diulang, menarik perhatian dan mudah diingat (Nurjaman 2012: 312). Dari pernyataan Nurjaman mengenai fungsi slogan yakni untuk menyederhanakan pesan atau dalam artian menyampaikan kampanye pesan sebuah *brand* melalui kata-kata singkat, dapat kita ketahui pada dasarnya slogan berfungsi untuk membuat khalayak mengingat sebuah *brand* melalui kata-kata singkat yang terletak diantara *brand* yang menjadi ciri khas *brand* tersebut.

Berkaitan dengan stasiun televisi, dewasa ini dunia pertelevisian Indonesia khususnya televisi berita, dihadapkan pada situasi dimana beberapa stasiun televisi swasta menayangkan konten (isi) berita yang mengekspos kegiatan salah satu parpol atau sebut saja kegiatan rakernas, seperti contohnya Metro TV yang menayangkan rakernas Partai NasDem dan pidato Surya Paloh disela-sela program acara berita. Tak hanya itu, beberapa televisi (RCTI, INews, GTV, MNC) juga menayangkan iklan mars partai Perindo dan kegiatan sosial partai di sela-sela iklan komersial pada saat program acara berita. Hal ini terjadi karena beberapa stasiun televisi swasta berita tersebut dimiliki oleh seorang Ketua Partai Politik dan Pembina Partai.

Padahal sejatinya televisi merupakan salah satu media massa yang menjadi corong informasi bagi khalayak dan bersifat independen, sebagaimana tertuang dalam Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pasal 11 ayat 2 yang berbunyi; lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran (www.kpi.go.id, diakses 8 April 2018).

Situasi tersebut dapat membuat khalayak bertanya, apakah media masih bisa tetap independen (tidak memihak) terhadap satu kepentingan?. Besar-kecilnya keraguan khalayak mengenai independen media dapat mempengaruhi persepsi khalayak terhadap media itu sendiri atau dengan kata lain citra perusahaan. Mengutip pendapat Berelson & Steiner dalam Kotler & Keller (2007: 228) yang mengatakan persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Persepsi yang timbul dari hasil pengamatan dan pengetahuan tentang objek atau dalam hal ini adalah pengamatan terhadap media, dapat menimbulkan sebuah citra. Mengutip perkataan Frank Jefkins “citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya”. Sedangkan Citra perusahaan itu sendiri dijelaskan oleh Lawrence L. Steinmetz dalam buku *Crisis Public Relation* (Nova, 2011:301) yang mendefinisikan citra perusahaan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan.

Setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan citra yang dimiliki, karena citra yang positif di mata khalayak dapat berpengaruh pada eksistensi sebuah perusahaan, dan citra itu sendiri merupakan kesan dari khalayak mengenai sebuah produk dan perusahaan. Apabila citra sebuah perusahaan sudah buruk di mata khalayak maka sama saja halnya dengan awal keadaan krisis bagi perusahaan. Sama halnya dengan reputasi diri bagi seorang individu, citra positif yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan bagi khalayak/ konsumennya.

Melihat dari hal tersebut mengenai persepsi masyarakat terhadap independen media, menjadi perhatian tersendiri ketika salah satu stasiun televisi swasta berita Indonesia yaitu Kompas TV mengusung kata “Independen | Terpercaya” pada slogannya. Kompas TV melakukan transformasi slogan yang mulanya “Berita dan Inspirasi Indonesia” menjadi “Independen | Terpercaya”.

Independen merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris (*Independent*) yang diadopsi ke bahasa Indonesia, arti independen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah merdeka, berdiri sendiri, bebas. Terpercaya berasal dari kata ‘percaya’ yang artinya menurut KBBI adalah mengakui atau yakin bahwa sesuatu memang benar atau nyata, sedangkan ‘tepercaya’ artinya paling dipercaya/ dapat dipercaya (www.kbbi.web.id, diakses 3 Februari 2018, pukul 11:55).

Pada awal Kompas TV mengudara, slogan yang digunakan adalah “Inspirasi Indonesia” yang digunakan tahun 2011-2015, selanjutnya berubah menjadi “Berita dan Informasi” yang digunakan tahun 2015-2016, dan pergantian slogan dilakukan lagi menjadi “Berita dan Inspirasi Indonesia” yang digunakan tahun 2016 hingga 19 Oktober 2017, penggantian slogan terbaru dilakukan Kompas TV dengan mengusung “Independen | Terpercaya” terhitung dari 19 Oktober 2017 hingga sekarang (www.kompas.tv/.com, diakses 1 Februari 2018).



Gambar 1.1 Perubahan Slogan Kompas TV “Berita dan Inspirasi Indonesia” menjadi “Independen | Terpercaya”

Sumber: (www.kompas.tv/.com, diakses 1 Februari 2018).

Kompas TV atau Kompas Gramedia TV (KGTV) merupakan stasiun TV swasta terrestrial berjaringan di Indonesia, yang dimiliki PT. Gramedia Media Nusantara. Kompas TV melakukan siaran percobaan pada 28 Juni 2011, kemudian mulai mengudara secara luas (resmi) pada tanggal 9 September 2011 melalui jaringan televisi lokal di daerah. Stasiun televisi ini hadir menggantikan stasiun televisi yang pernah dimiliki Kompas Gramedia, yaitu TV 7 yang dibeli oleh pihak Trans Corp pada tahun 2006, dan nama TV 7 diganti menjadi Trans 7.

Dimulai pada bulan September 2011. Perdana di sembilan kota besar, hingga saat ini Kompas TV sudah bisa dinikmati lebih dari 100 kota di Indonesia dengan kualitas yang prima. Perjalanan ini menunjukkan komitmen Kompas TV untuk menjadi media terdepan yang inovatif, kreatif, dan inspiratif tak hanya menghadirkan informasi aktual, tapi juga berkualitas Kompas TV mengedepankan program acara berita (*news*), *adventure & knowledge*, and *entertainment*. Program acara berita yang disajikan Kompas TV adalah berita yang sedang berlangsung dan terkini seputar politik, sosial dan budaya, pendidikan, ekonomi dan hukum dengan mengutamakan *independent* sebuah media massa dengan target audiens adalah 15+. (www.kompas.tv/.com, diakses 1 Februari 2018).

Sebagaimana diketahui Kompas sudah menjadi media massa yang menyajikan berita dan informasi sejak zaman orde baru hingga saat ini. Eksistensi Kompas sebagai media massa di Indonesia sudah diketahui dengan banyaknya media massa yang berada dibawah naungan Kompas Gramedia, mulai dari media cetak: Koran, tabloid, majalah, media elektronik: radio, televisi, dan media online: website dan berita online.

Yang menjadi hal menarik adalah ketika stasiun televisi yang berada dibawah naungan Kompas Gramedia yaitu Kompas TV mengusung kata “Independen | Terpercaya” dalam slogan terbarunya, ditengah fenomena kepemilikan beberapa stasiun televisi swasta yang dipimpin oleh seorang ketua partai politik. Apakah penggunaan kata “Independen | Terpercaya” dalam slogan Kompas TV dinilai dapat membangun citra bagi Kompas TV?

Penilaian terhadap media massa rentan kaitannya dengan khalayak luas yang mengkonsumsi atau dalam hal ini adalah penonton program televisi, setiap stasiun televisi memiliki target audiensnya masing-masing, sebagaimana diketahui Kompas TV memiliki target audiens 15+ atau dapat diartikan sasaran penonton Kompas TV adalah khalayak dengan range umur antara 15 tahun ke atas.

Berdasarkan target audiens dan dilihat dari jenis-jenis program Kompas TV yakni antara lain acara berita (*news*), *adventure & knowledge*, and *entertainment*, maka penulis memilih obyek penelitian ini pada penonton Kompas TV di fakultas ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi angkatan 2014, alasan penulis memilih populasi tersebut karena penulis melihat jenis-jenis program Kompas TV yang sesuai dengan karakteristik mahasiswa yang tertarik terhadap berita dan ilmu pengetahuan. Mahasiswa fakultas ilmu komunikasi juga memiliki sifat kritis dalam menilai sebuah media dan peka dengan informasi serta fenomena yang sedang terjadi di masyarakat.

Tidak hanya kritis dalam menilai media, mahasiswa fakultas ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya angkatan 2014 dinilai matang dalam menilai media karena mendapat materi pelajaran mengenai media massa, dan sudah memiliki pengalaman melaksanakan program Kuliah Kerja Praktek (KKP) yang diantaranya sudah terjun langsung menghadapi situasi kerja di media. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Slogan “Independen | Terpercaya” Terhadap Citra Kompas TV pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi Angkatan 2014”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat dirumuskan penulis akan melakukan penelitian pada: Apakah ada pengaruh Slogan “Independen | Terpercaya” Terhadap Citra Kompas TV.

1.3 Identifikasi Masalah

Jika melihat dari latar belakang maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini pada apakah ada pengaruh slogan “Independen | Terpercaya” (X) terhadap citra Kompas TV (Y).

1.4 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya tujuan utama dalam penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh slogan “Independen | Terpercaya” terhadap citra Kompas TV.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Teoritis

Menambah pengetahuan tentang bagaimana sebuah slogan yang diusung oleh perusahaan dapat menjadi citra, khususnya slogan di stasiun televisi.

1.5.2 Secara Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana pengaruh slogan bagi sebuah perusahaan televisi yang dapat mempengaruhi citra perusahaan televisi tersebut.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan informasi bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang ilmu komunikasi khususnya tentang slogan stasiun televisi.