

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Televisi salah satu media konvensional yang telah lama ada dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Televisi menjadi media yang sangat populer dikalangan masyarakat. Semua kalangan dapat menikmati tayangan televisi baik dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia tanpa batasan ekonomi dan status. Dalam perkembangannya televisi mengalami kemajuan yang sangat signifikan dari zaman ke zaman, yang awalnya televisi menggunakan aki untuk menyala, hingga yang sudah menggunakan baterai yang dapat dibawa kemana-mana tanpa memerlukan listrik. Perubahan bentuk pada televisi terjadi sangat cepat, yang awalnya berbentuk tabung hingga menjadi televisi layar datar dan teknologi di dalam televisi sangat canggih, salah satunya dapat dioperasikan dengan sensor suara atau gerakan tangan.

Televisi saat ini mengalami perubahan fungsi, yang awalnya hanya diperuntukkan sebagai media entertaining dan informasi, namun saat ini para pemilik media televisi menggunakan televisi sebagai sarana kepentingan pribadi dan kampanye.<sup>1</sup> Ada tiga macam media yang dikenal saat ini berdasarkan sistem penguasaan, yaitu penguasaan publik, pemerintah dan swasta.

Televisi publik berfungsi sebagai media masyarakat untuk menjalankan fungsi institusional yang memiliki tujuan sosial. Televisi pemerintah berfungsi sebagai media organik birokrasi pemerintah dan digunakan untuk mensosialisasikan doktrin atau nilai yang

---

<sup>1</sup>Muhammad Anugrah Arief Budiman, "*Industri Media Televisi*" diakses pada [https://www.academia.edu/9195683/industri\\_media\\_televisi](https://www.academia.edu/9195683/industri_media_televisi), pada tanggal 15 Mei 2020, pkl. 23:28 WIB.

menjadi dasar birokrasi pemerintah. Adapun media televisi swasta berpedoman dari dorongan komersial, ketat dalam interaksi pemasangan iklan.<sup>2</sup>

Televisi salah satu media elektronik hasil dari kemajuan teknologi yang memadupadankan audio dan visual. Baksin berpendapat bahwa televisi adalah hasil dari produk teknologi tinggi (*hi-tech*) mampu menyampaikan isi pesan berbentuk gerakan audiovisual. Gerakan audiovisual merupakan isi pesan yang memiliki kekuatan sangat kuat dalam memengaruhi pola pikir, tindakan individu dan mental seseorang. Seiring berjalannya waktu teknologi mengalami kemajuan dan berinovasi sangat pesat. Televisi menjadi media yang sangat mudah diakses dan strategis namun juga cukup berpengaruh. Televisi memiliki unsur-unsur yang berbeda dengan media lainnya yang menjadi daya tarik. Unsur tersebut yaitu, suara, kata, visual serta efek yang berpadu satu.

Audiovisual yang ditampilkan televisi mampu memberikan kesan yang mendalam kepada khalyaknya. Pemirsa mampu menikmati kesan tayangan / gambar yang diciptakan secara realistis dan gambar yang dimiliki jelas dari media massa yang lain. Hal yang membuat televisi menjadi istimewa, yaitu sifatnya yang bisa dilihat baik secara audiovisual (suara dan gambar) secara bersamaan dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat, baik miskin atau kaya, muda ataupun tua, anak kecil hingga lansia, di desa atau di kota, masyarakat biasa hingga kaum intelektual, bahkan orang-orang yang tidak dapat membaca atau buta huruf pun dapat menikmati siaran televisi dan mencerna sesuai dengan kemampuan masing-masing individu.<sup>3</sup> Media massa yang sangat berpengaruh di dunia merupakan televisi. Siaran televisi didominasi oleh iklan, berita dan hiburan. Seiring dengan berkembangnya zaman siaran televisi mengalami peningkatan yang drastis. Setelah berkembangnya sejenis pesawat luar angkasa yang akan memulai layanan komunikasi baru

---

<sup>2</sup> Ashadi Siregar, *Memiliki Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio*, (Yogya, LP3Y, 2001), hlm 11-12.

<sup>3</sup> Raka Siwi, *Televisi: Media Persuasi (yang dianggap) Efektif*, diakses [https://www.academia.edu/7010444/Televisi\\_Media\\_Persuasi\\_yang\\_dianggap\\_Efektif](https://www.academia.edu/7010444/Televisi_Media_Persuasi_yang_dianggap_Efektif), pada tanggal 15 Mei 2020, pkl 23:30 WIB.

dilengkapi dengan sistem transmisi yang sangat kuat *Direct Broadcast Satellite* (DBS) siaran televisi semakin melesat. Oleh karena itu, televisi memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat.<sup>4</sup>

Karakteristik penonton televisi dengan penonton film berbeda, penonton televisi memiliki karakteristik yang agak unik, setiap individu memiliki kebutuhan yang bermacam-macam berbeda antarlainnya. Hal lainnya, pemirsa televisi (*boardcast*) tersebar dimana-mana. Meskipun waktu menonton sama namun mereka tidak dapat berkomunikasi satu sama lainnya. Selain itu penonton televisi (*broadcast*) tersebar dimana-mana. Pemirsa televisi dapat dikatakan bebas, dalam arti tidak ada paksaan dalam menonton televisi namn karena tertarik. Program yang ditayangkan mungkin sesuai dengan kebutuhannya, dan juga mungkin tidak ada hiburan lain.<sup>5</sup>

Perubahan pemikiran dan tindakan masyarakat merupakan salah satu pengaruh dari televisi secara tidak langsung. Salah satu contoh nyata dari dampak televisi yaitu remaja laki-laki yang memakai topi seperti yang digunakan oleh aktor dalam salah satu tayangan hiburan komedi. Hal tersebut mempengaruhi remaja lainnya untuk mengikutinya. Media massa dapat mempengaruhi sosial, budaya, dan politik karena media massa dapat memberikan opini kepada publik dan memberikan efek yang signifikan.

Salah satu contoh pada pertengahan tahun 1990-an media televisi mengkampanyekan secara nasional mengenai larangan merokok di tempat-tempat umum. Seiring dengan banyaknya berita kesehatan mengenai bahaya rokok bagi perokok aktif maupun pasif. Sehingga media massa secara langsung dapat membentuk pengkristalan terhadap opini khalayak dalam mengambil suatu tindakan. Televisi yang merupakan media massa yang

---

<sup>4</sup> Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, dan Siti Karnilah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm 134.

<sup>5</sup> Reiza Hasnan, *Karakteristik Media Televisi*, diakses dari [https://www.academia.edu/33245251/Karakteristik\\_Media\\_TELEVISI](https://www.academia.edu/33245251/Karakteristik_Media_TELEVISI), pada tanggal 15 Mei 2020, pkl 23:29 WIB.

menjadi agen penyebaran nilai-nilai sosial sebagai peran penting dalam transmisi kepercayaan, sikap dan persepsi.<sup>6</sup>

Mc Luhan mengemukakan, media massa merupakan perpanjangan panca indra manusia. Melalui media massa khalayak dapat mendapat informasi tentang apa saja bahkan tempat yang belum pernah didatangi sebelumnya. Realita yang ditunjukkan oleh media adalah kenyataan yang telah diseleksi. Tokoh-tokoh yang ditayangkan pada siaran televisi merupakan tokoh tertentu dan mengesampingkan tokoh yang lain. Oleh sebab itu, khalayak yang bahkan tidak sempat untuk mengecek peristiwa-peristiwa yang ditampilkan media, sehingga cenderung menelan langsung berita dan informasi yang ditampilkan media. Hal ini berkaitan dalam ilmu komunikasi massa, bahwa media massa menimbulkan efek yang segera, langsung, terarah dan kuat, sesuai dengan “perangsang tanggapan” (*stimulus-respons*).<sup>7</sup>

Di abad ini, interaksi serta terpaan media informasi kerap kali membuat individu yang terlibat tak lebih dari bentukan media. Dalam terpaan media, informasi yang ada di media pada abad ini kerap kali menjadikan individu yang terlibat didalamnya tidak lebih dari hasil bentukan media. Dalam artikel “*The Temporality of World View and Self Image*”, Christopher Wulf berpendapat bahwa citra diri dan pandangan dunia tidak bisa dipisahkan dari terpaan media, mengatakan bahwa pandangan dunia dan citra diri memang tak bisa dipisahkan. Cara manusia memahami dunia adalah cara manusia memahami dirinya, dan cara manusia memandang dunia adalah cara manusia memahami dirinya

Dalam artikelnya “*The Age Of World Picture*” Heidegger berpendapat dengan terus berkembangnya citraan di dunia, maka manusia hidup ditempat yang tak lebih dari sebuah *ontology* citraan. Citraan-citraan yang ditampilkan oleh media, akhirnya akan menjadi sebuah cermin kaca tempat manusia berkaca untuk menunjukkan eksistensi manusia.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, dan Siti Karnilah, *op.cit.*, hlm. 58-59.

<sup>7</sup> Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hlm. 196.

<sup>8</sup> Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika (Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna)*, (Bandung: Jalasutra, 2004), hlm. 166-167.

Dalam lingkup citra pribadi, politisi modern dinilai tidak hanya berdasarkan perkataan dan perbuatan mereka, namun juga cara mengatakan dan melakukannya. Singkat kata, gaya berpolitik kini hampir sama pentingnya dengan substansi politik. Bisa dikatakan bahwa ini selalu menjadi faktor penting dalam keberhasilan politik, dan bahwa pemimpin dari semenjak George Washington secara sadar telah menyajikan 'citra' mereka ke hadapan konstituen. Dalam pandangan

Michael Cockerell, Perdana Menteri Inggris yang pertama kalinya berhasil menampilkan citra dirinya di televisi adalah Harold MacMillan, yang memelopori penggunaan perangkat *tele-prompter*, yang memungkinkan dirinya menyapa pemirsa dengan gaya yang wajar yang tidak bisa dilakukan oleh pendahulunya seperti Winston Churchill dan Clement Attlee. Tokoh terkemuka dalam pencitraan dikancah perpolitikan Inggris pasca-perang, hingga terpilihnya Tony Blair, tentu saja Margaret Thatcher.

Dengan bantuan penasehat kehumasan, Gordon Reece, ppada akhir 1970-an Margaret Thatcher merelakan dirinya "dipermaak", yakni dibikin lebih menarik dimata para pemilih. Ketika terpilih sebagai Pemimpin Partai Konservatif tahun 1976, Thatcher kurang menaruh perhatian terhadap citra dirinya. Dibawah arahan Reece, dia belajar menyempurnakan nada suaranya, memperdalam timbre dan menonjolkan kekuatan wicaranya. Tata rambut dan busananya dipilih dengan sangat hati-hati. Thatcher sependapat dengan pandangan bahwa 'busana menyampaikan pesan, menuntut pilihan, dan pilihan yang diambil itu menunjukkan kepribadian'

Media massa sering digunakan sebagai alat propaganda dalam komunikasi politik. Komunikasi politik banyak diidentikkan dengan propaganda menurut Hamad ada dua penyebab komunikasi politik melibatkan media massa dan opini publik. *Pertama*, jangkauan siaran media yang begitu luas dalam menyampaikan pesan serta pembicaraan mengenai politik maupun hal lainnya. Luasnya jangkauan membuat para aktor politik menggunakan

media dalam penyebarluasan pembicaraan politik. *Kedua*, aspek konstruksi realitas atau "campur tangan" media dalam menampilkan realitas politik menggunakan suatu cara yang disebut proses konstruksi realitas, liputan poliitik, liputan pada setiap peristiwa dalam media masa secara tertulis maupun rekaman.

Jokowi dan media merupakan simbiosis mutualisme. Media memanfaatkan Jokowi karena efek magnetnya. Apapun berita yang ditulis oleh media cetak, apapun yang ditayangkan media televisi mengenai Jokowi akan lebih mengundang perhatian masyarakat. Apakah yang dimuat berita positif maupun negatif, dari isu penting sampai tidak penting mengenai Jokowi. Jokowi bagaikan model seksi yang sangat menjual bagi media.

Disisi lain Jokowi juga harus berterima kasih pada media, atas perhatian lebih media kepada media. Bagaimana media setiap hari mengikuti sepak terjang beliau dari sebelum masa kampanye Pilgub DKI sampai setelah menjadi gubernur DKI bahkan setelah menjadi Presiden RI. Bahkan ada media yang secara khusus melaporkan hari per hari kegiatan beliau ketika menjadi gubernur DKI. Hari ini meninjau daerah mana, hari ini rapat dengan siapa, semua terekam jelas di media, bahkan sampai dokumentasi Jokowi meliput gorong-gorong pun ada.

Terlepas dari Jokowi menyatakan bahwa media yang terus-menerus mengejar beliau, tidak bisa disangsikan bahwa hubungan Jokowi dan Media merupakan simbiosis mutualisme yang sangat erat. Media khususnya televisi di Indonesia dimiliki segelintir elit yang sarat dengan konflik kepentingan. Bagi mereka yang memiliki modal atau memiliki kekecewaan terhadap suatu organisasi dapat membeli ataupun dapat menciptakan media sendiri. Dengan kepemilikan tersebut pemilik media dapat dengan lebih mudah memasukkan unsur ideologi

atau pemikiran, menciptakan *agenda setting* hingga memframe atas isu yang beredar yang di khalayak melalui media miliknya.<sup>9</sup>

Metro TV merupakan media televisi yang bertemakan berita pertama di Indonesia. Perdana mengudara pada 25 November 2000. Metro TV menjadi anak perusahaan MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh, yang merupakan tokoh pers Indonesia yang mendirikan Harian PRIORITAS. Metro TV bertujuan untuk menyebarluaskan berita dan informasi keseluruh penjuru Indonesia. Dalam penayangannya Metro TV tidak hanya menampilkan berita, namun juga menampilkan berbagai macam informasi tentang seni budaya, kesehatan, kemajuan teknologi, pengetahuan umum, dan hal lainnya guna untuk mencerdaskan kehidupan anak bangsa. Hal yang unik dari Metro TV, yaitu mempunyai program berita yang tayang dalam 3 bahasa, yaitu Inggris, Indonesia dan Mandarin.

Dalam upaya penyajian sumber berita Metro TV menjalin kerjasama skala internasional dengan berbagai pihak media asing yaitu kerjasama dalam pengembangan pertukaran berita, pengembangan tenaga kerja dan hal lainnya. Dengan adanya kerjasama ini, Metro TV berupaya menyajikan berita yang dapat dipercaya dan kompehenasif serta dapat dipercaya mengenai keadaan dalam negeri kepada dunia luar. Slogan Metro TV "*Knowledge to Elevate*" dan selalu berupaya untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan para penonton dan menjadi media yang memiliki kecepatan, kredibilitas dan ketetapan dalam menyampaikan info.<sup>10</sup>

Tayangan *President's Corner* merupakan satu-satunya program acara yang meliput kegiatan dan keseharian Presiden Joko Widodo, meliputi kegiatan non pemeritahan dan pemerintahan. Program acara President's Corner mulanya tayang setiap senin pada pukul 21.30 WIB akan tetapi, pada pertengahan Februari 2018, program ini berubah jadwal tayang menjadi setiap Jumat, pukul 22.00 WIB.

---

<sup>9</sup> Andi Youna Bachtiar dan Zulmi Savitri, *Propaganda Media Teori dan Studi Kasus Aktual*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 62-63.

<sup>10</sup> <https://www.metrotvnews.com/about>, Diakses pada tanggal 5 September 2020.

Secara ringkas, program acara *President's Corner* menyajikan liputan keseharian Presiden Joko Widodo seperti kunjungan kerja yang dilakukannya dan sebaliknya yakni penjamuan berbagai tamu yang hadir bertandang ke istana negara serta rutinitas lainnya yang ia lakukan dalam memenuhi agenda sebagai kepala negara sebagai kepala negara. Selain itu, tayangan ini juga memuat informasi terkait kegiatan Presiden Joko Widodo sebagai seorang kepala keluarga dan sebagai masyarakat biasa.<sup>11</sup> Dari paparan latar belakang masalah diatas maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai **“Strategi Metro TV dalam Pembentukan Citra Diri Presiden Jokowi (Studi Pada Program Acara *President's Corner*)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana latarbelakang terbentuknya program acara *President's Corner*?
2. Bagaimana strategi Metro TV dalam penayangan program *President's Corner*?
3. Bagaimana representasi citra diri Presiden Jokowi yang ditampilkan pada program *President's Corner*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian secara umum yaitu mencari serta mengumpulkan data informasi yang dapat menjawab masalah diatas, yakni:

1. Mengetahui latar belakang terbentuknya program acara *President's Corner*.
2. Mengetahui bagaimana strategi Metro TV dalam penayangan program *President's Corner*.
3. Mengetahui bagaimana representasi citra diri Presiden Jokowi dalam tayangan *President's Corner*.

---

<sup>11</sup> Elvi Bertha Debora, “Konstruksi Realitas Politik Presiden Joko Widodo dalam Slot Tayangan *President Corner Metro TV*”, (Analisis *Framing* Tayangan *President's Corner Metro TV*), *Skripsi Ilmu Komunikasi*, (Medan: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6419>, 2018), hlm 36.

Tujuan penelitian secara khusus untuk mengelola data dan informasi yang sesuai dengan judul penelitian dan untuk dijadikan data-data penulisan laporan penelitian, sehingga laporan ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

#### **D. Batasan Penelitian**

Guna dalam mempermudah dalam penulisan skripsi ini, maka penulis perlu untuk membatasi pembahasan dalam penelitian ini. Penulis hanya meneliti media Metro Tv pada salah satu program acaranya yaitu *President's Corner* yang memberitakan kehidupan Jokowi menjadi Presiden.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis serta secara praktis dan secara akademis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi data bacaan, masukan serta referensi yang bermanfaat dan dapat memperluas bahan penelitian untuk Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

##### **2. Manfaat Praktis**

Peneliti sangat berharap bahwa penelitian ini mampu menjadi bahan tambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembacanya tentang bagaimana peranan media tv dalam pembentukan citra diri pada Presiden Jokowi.

#### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penelitian ini berusaha di sajikan dengan memenuhi standar ilmiah. Dengan kata lain, menyajikan karya ilmiah ini secara sistematis, teratur, dan logis sehingga dapat menjadi karya yang utuh. Adapun susunan sistematika adalah sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II: TINJAUAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka serta landasan teori yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum Metro TV dan hasil penelitian mengenai strategi Metro TV dalam pembentukan citra diri Presiden Jokowi.

## **BAB V: PENUTUP**

Penutup dalam bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban permasalahan yang di teliti yang telah di rumuskan, serta berisikan saran-saran.