

BAB II

OBJEK PENELITIAN

A. Profil ADiTV

1. Sejarah berdirinya ADiTV

Stasiun ADiTV pertama kali didirikan oleh persyarikatan Muhammadiyah yang merupakan amanah Muhktamar Muhammadiyah ke-43 di Banda Aceh tahun 1995 dan hasil Musyawarah Muhammadiyah Wilayah DIY. Yogyakarta sebagai kota kelahiran Muhammadiyah yang juga pernah menjadi ibu kota Negara Indonesia, Yogyakarta dikenal pula sebagai kota pendidikan, pusat kegiatan intelektual, kota budaya, politik dan sosial. Dalam perkembangannya ADiTV melihat hal itu sebagai kekayaan yang harus dipertahankan dan dikembangkan melalui program acara yang bervariasi.¹

ADiTV berada pada channel 44 UHF berdasarkan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 96/KEP/M.KOMINFO/3/2009 pada tanggal 9 Maret 2010 dan keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Wilayah DIY nomor 151/IPP-UCS/LPS.DIY/KPI/04/2009 pada tanggal 6 April 2009 dengan memiliki jangkauan wilayah DIY dan sebagian daerah Jawa Tengah.

Sebagai televisi yang sebelumnya berkembang sebagai TV komunitas di Kampus UAD, ADiTV terlahir dari beragam pemikiran

¹Buku besar dokumen ADiTV tahun 2014.

dan masukan dari berbagai kalangan baik internal Muhammadiyah, maupun tokoh masyarakat Yogyakarta. Dengan slogan televisi “Pencerahan bagi Semua” ADiTV telah mampu mewarnai berbagai tayangan televisi yang saat ini jauh dari nuansa pendidikan dan religiusitas. Dengan luas daerah jangkauan tidak hanya di DIY, tetapi juga sampai ke daerah Wonosobo, Purwokerto, Klaten, Solo dan Boyolali, ADiTV menjadi televisi lokal yang mampu menjadi wadah ekspresi masyarakat kota Yogyakarta dan sekitarnya dengan menekankan pada muatan hiburan, informasi, pendidikan dan budaya.

ADiTV merupakan stasiun televisi yang berlokasi di wilayah Yogyakarta. Televisi swasta ini dibangun oleh para akademisi dan pemerhati pendidikan serta budaya khususnya dari Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Stasiun TV swasta ini didirikan pada 18 Juli 2009 dan diberi nama PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV). ADiTV merupakan stasiun televisi swasta yang berorientasi bisnis, namun masih dalam kemasan pendidikan bernuansa religious dan mengangkat kearifan budaya lokal. Meskipun disadari bahwa persaingan bisnis di bidang pertelevisian semakin berat, namun dalam pengelolaannya dilakukan secara profesional dengan harapan akan memiliki keunggulan komparatif.

Berdasarkan pemikiran tersebut di atas maka ADiTV mempunyai konsep membangun televisi dengan berdasarkan pada nilai-nilai moral

dan intelektual yang tinggi tanpa mengesampingkan aspek profit bisnisnya. Selanjutnya televisi yang akan dibangun diberi nama ADiTV.

Keberadaan ADiTV mendapat dukungan penuh dari berbagai kalangan yang menginginkan adanya stasiun televisi yang mempunyai porsi pendidikan lebih besar daripada aspek hiburannya semata. Dengan demikian ADiTV bisa menjadi pilihan tontonan dan tuntunan bagi masyarakat Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar, pendidikan dan budaya. Selain itu ADiTV juga akan bekerjasama dengan semua civitas academia di daerah Yogyakarta sehingga akan mampu menyajikan program acara hiburan, informasi, pendidikan dan budaya yang bervariasi.

Selama empat tahun ADiTV hadir di tengah-tengah kehangatan ruang keluarga masyarakat Yogyakarta melalui channel 44 UHF. Dengan program-program unggulan yang berlandaskan kearifan lokal, ADiTV menjadi televisi alternatif bagi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Sejak April 2012, ADiTV bahkan telah bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat dunia melalui TV streaming di www.aditv.co.id.

Di samping itu, dari aspek bisnis, ADiTV juga telah mampu menyediakan ruang promosi dan komunikasi bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Sedangkan dengan pengembalian peran pencerahan, ADiTV berkomitmen memberikan tontonan dan tuntunan

yang berbeda dengan televisi swasta nasional dalam rangka meningkatkan kecerdasan dan membangun budaya bangsa yang berbasis budaya lokal.

Secara kelembagaan, televises yang sebelumnya bernama Ahmad Dahlan TV ini dijalankan secara professional dengan diberi nama PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV). Hal ini dimaksudkan agar keberadaan televisi yang menajdi cita-cita bersama warga Muhammadiyah, sebagaimana yang dimandatkan dalam Muhktamar Muhammadiyah di Nangro Aceh Darussalam pada Muktamar ke-43 tahun 1995, lebih dapat diterima di kalangan masyarakat secara umum.

2. Lokasi Perusahaan

Gedung yang menjadi pusat perkantoran serta studio PT. Arah Dunia Televisi berdiri pada lahan seluas lebih kurang dua hektar tepat berada di utara sekolah Budi Mulia 2 yang beralamat di Jl. Raya Tajem km.3 Panjen, Wedomartani, Sleman, Yogyakarta. Adapun nomer telp ADiTV yang dapat dihubungi (0274) 541770 / 4531777.

3. Visi, Misi dan Tujuan

Yogyakarta merupakan kota yang kental akan budaya dan kearifan lokal, dalam tatanan yang apik serta peradaban masyarakat yang santun PT. Arah Dunia Televisi turut berperan aktif dengan berkomitmen menjadikan kearifan budaya lokal menjadi salah satu visinya.

Visi :

"ADiTV menjadi stasiun televisi berbasis kearifan budaya lokal".

Sedangkan dalam mengemban amanat masyarakat yogyakarta, ADiTV berupaya tanggap akan kebutuhan media massa yang positif dengan tanpa mengesampingkan tayangan yang menghibur serta mendidik, demikian tujuan dan misi yang ADiTV upayakan:

Misi :

- a. Menayangkan program-program yang dikemas dalam bentuk acara hiburan, informasi, pendidikan dan budaya yang mampu meningkatkan potensi sumber daya manusia DIY dan sekitarnya sehingga dapat bersaing di tingkat global dengan menjunjung tinggi kepribadian bangsa.
- b. Menayangkan program acara yang mendorong berkembangnya sektor pendidikan, budaya, perekonomian, dan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
- c. Menjadi media komunikasi yang efektif antara pemerintah daerah dengan masyarakat dan di antara sesama warga masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
- d. Berperan aktif menjaga dan mengembangkan citra Yogyakarta sebagai kota pendidikan.
- e. Berperan aktif mewujudkan misi DIY *"Hamemayu Hayuning Bawono"*

Tujuan :

- a. Menjadikan media televisi sebagai wadah ekspresi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya dengan menekankan pada muatan hiburan, informasi, pendidikan dan budaya.
- b. Menyediakan ruang promosi dan komunikasi bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
- c. Memberikan tontonan dan tuntunan yang berbeda dengan televisi swasta nasional dalam rangka meningkatkan kecerdasan dan membangun budaya bangsa yang berbasis budaya lokal.

4. Format Televisi

PT. Arah Dunia Televisi lahir pada tanggal 18 Juli 2009 memproklamkan diri sebagai stasiun televisi dengan konsep “TV Muslim Muda Modern” dengan jangkauan meliputi seluruh wilayah D.I Yogyakarta dan sebagian wilayah Jawa Tengah memilih prosentase 55 % Perempuan dan 45% Laki-laki sebagai mayor target audience-nya. Sementara itu sebagai *premier* target ADiTV mentargetkan anak dan ibu sebagai target komunikannya. Melalui konsep “TV Positif” ADiTV secara konsisten menyajikan konten-konten program yang menghibur, informatif serta mendidik sehingga dapat dinikmati oleh target anak-anak.

5. Jangkauan Siaran ADiTV

ADiTV merupakan stasiun televisi lokal yang berada di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai stasiun televisi lokal di Yogyakarta, ADiTV memiliki *coverage area* yakni di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian wilayah Jawa Tengah. Adapun daerah yang menjadi jangkauan siar ADiTV terlihat pada gambardan wilayah yang tidak termasuk dalam jangkauan siar ADiTV dapat menikmati tayangan ADiTV melalui streaming di www.aditv.co.id.

Gambar 2.1 Jangkauan Siaran ADiTV



Sumber: Studi Kelayakan Lembaga Penyiaran Swasta oleh PT. Arah Dunia
Televisi.

6. Logo dan Makna

Gambar 2.2 Logo ADiTV

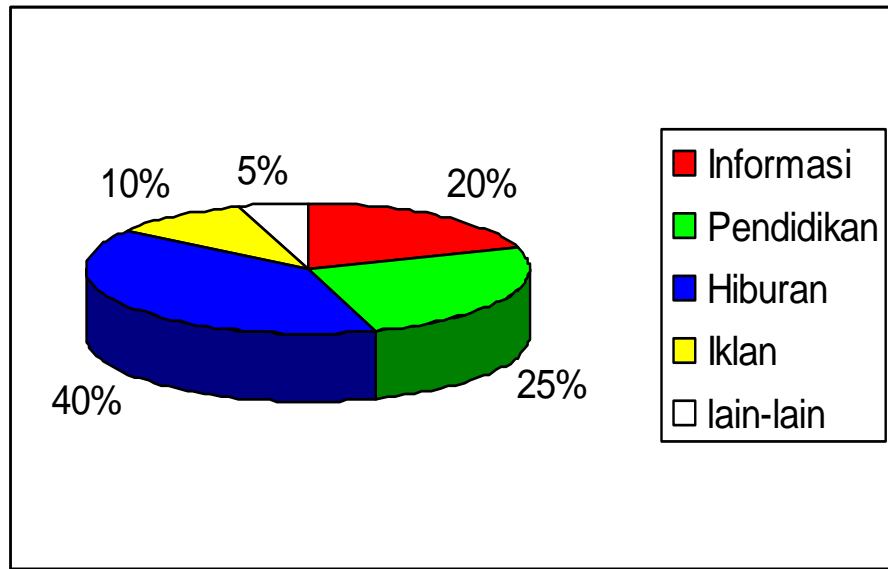


Sumber: Dokumen Admin Marketing.

Tulisan ADiTV merupakan singkatan dari nama perusahaan yaitu PT. Arah Dunia Televisi. Warna kuning dan orange cerah pada tulisan “ADi” melambangkan pencerahan bagi umat, sedangkan warna biru pada tulisan “TV” melambangkan langit yang luas dimana segala perjuangan dan perbuatan umat akan mengarah ke langit, sebuah simbol dimana Allah SWT berada. Gambar matahari yang berada di tengah tulisan melambangkan sumber pencerah, semangat islam dan kemuhammadiyah. Tulisan “Pencerahan Bagi Semua” merupakan *tagline* ADiTV yang memiliki tujuan sebagai televisi yang mencerahkan pemirsa.

7. Konten Program ADiTV

Gambar 2.3 Konten Program ADiTV



Sumber: Studi Kelayakan Lembaga Penyiaran Swasta oleh PT. Arah Dunia
Televisi.

8. Program Siaran ADiTV

a. Cahaya Rabbani

Cahaya Rabbani merupakan program yang membahas menafsiran tentang surat-surat yang ada dalam ayat Al-Quran. Program Cahaya Rabbani ini merupakan program acara talkshow yang dipandu oleh tokoh islami dan pendidikan yang telah dikenal oleh masyarakat, beliau adalah Prof. Yunahar Ilyas.

b. Dokter Menyapa

Dokter Menyapa merupakan salah satu program *talkshow* yang ada di ADiTV. Dokter Menyapa ini merupakan *talkshow* dengan menghadirkan narasumber dari dokter-dokter spesialis yang ahli di bidang kesehatan. *Talkshow* ini membahas seputar ilmu kesehatan

dan informasi terbaru di dunia kesehatan. Tidak hanya berupa *talkshow* saja, tapi pemirsa dapat mengikuti *live interactive* nya melalui telepon.

c. Dialog Khusus

Dialog khusus merupakan program *talkshow* yang menghadirkan narasumber dari berbagai instansi. Dialog khusus membahas isu-isu yang sedang hangat dibicarakan secara umum, tergantung pada isu apa yang sedang naik daun. Pada program ini pemirsa juga bisa mengikuti *live interactive*.

d. Klinik Herbal

Klinik herbal juga merupakan program *talkshow* di ADiTV. Berbeda dengan Dokter Menyapa, karena narasumber pada program ini bukanlah dokter spesialis tetapi lebih kepada pengobatan tradisional. Klinik yang menjadi narasumber di program ini tidak menyalahi aturan islam tentunya.

e. Solusi Sehat

Solusi sehat merupakan *talkshow* yang narasumbernya berasal atau berlatar belakang dari bidang kesehatan, karena *talkshow* ini berbicara seputar solusi bagi kesehatan. Narasumber dari *talkshow* ini bisa didatangkan dari bidang kesehatan

f. Tamu Istimewa

Satu lagi program acara *talkshow* dari ADiTV, Tamu Istimewa. Namun yang unik dari program ini adalah *talkshow* ini menampilkan atau mendatangkan orang-orang yang mempunyai keistimewaan atau orang yang ahli pada bidangnya. *Talkshow* ini juga membahas topik yang sedang hangat dan sedang ramai dibicarakan.

g. Jendela Hati

Jendela Hati merupakan salah satu program misi dari ADiTV. Jendela hati dikemas dengan konsep pengajian atau pertemuan yang membahas tentang nilai sosial, pendidikan dan bagaimana cara memecahkan masalah yang ada di masyarakat dengan pemikiran islam. Acara ini dipandu oleh Ibu Erni Harjati dengan tema yang bervariasi.

h. Bintang Cilik

Pelangi anak merupakan gabungan dari program Bintang Cilik (Bincil) dan Kawan Cilik (Kancil) yang terdahulu. Program ini merupakan tontonan yang ditujukan untuk anak-anak. Program ini berisi tentang pementasan seni berupa tarian, nyanyian, karate, dan semua kegiatan yang bertemakan kesenian dari anak-anak. Peserta dari program ini biasanya anak-anak usia TK sampai SD.

i. Expresi Musik

Expresi Musik merupakan program *variety show* yang menampilkan konser music band, solois, duo, *group*, *violist* dan *pianist* terkenal. Expresi musik tidak hanya menampilkan pemusik dari tingkat *indie* dan nasional, namun expresi music juga menampilkan pemusik tingkat internasional.

j. Galeri Halal

Galeri halal merupakan program yang hampir sama dengan program *Cooking Class*. Perbedaannya adalah Galeri Halal menampilkan dan mencicipi beberapa makanan unggulan dari restoran atau hotel kemudian dilanjutkan dengan demo masak. Sedangkan *Cooking Class* hanya menampilkan mini demo masak saja.

k. Mocopat Syafaat

Mocopat Syafaat merupakan salah satu program unggulan milik ADiTV. Program ini bekerja sama dengan Kyai Kanjeng dan dipandu langsung oleh M.H Ainun Najib atau lebih dikenal dengan Cak Nun. Program ini berisi pertemuan sosial yang membahas tentang pendidikan, nilai-nilai sosial, masalah yang ada di masyarakat dan solusinya. Program ini tidak diproduksi Program ini tayang setiap satu minggu 1x dan rerun 1x.

l. Wedhang Ronde

Wedhang ronde adalah program lawakan yang dibalut dengan kesenian tradisional yang berisi pencerminan nilai budaya dan kearifan lokal. Program ini dipandu oleh grup lawak “Wedhang Ronde” yang beranggotakan Wisben Antoro, Joned Duda Ceria, Gareng Rakasiwi dan Nonot Sebastio. Selain itu program ini juga menghadirkan bintang tamu sesuai dengan tema yang diangkat.

m. Mirip Sulap

Mirip Sulap adalah program sulap yang akan mengajak pemirsa/*audiens* berinteraksi langsung dengan pesulap untuk bermain sulap. Lokasi program Mirip Sulap ini fleksibel sesuai dengan kemauan produser atau permintaan klien, bisa di tempat wisata, restoran atau hotel. Di setiap tempat yang di tuju, Jack Sparrow’s, sang pesulap akan menyamar dengan berbagai karakter yang kemudian memberikan kejutan dengan trik-trik sulap secara langsung. Tidak hanya bermain sulap, pada akhir acara Jack Sparrow’s akan membongkar rahasia sulapnya sehingga pemirsa/*audiens* bisa mencobanya.

n. Sinema

Sinema adalah program *movie preview* yang akan memberikan informasi kepada pemirsa seputar film dan berita mengenai artis-artis film kesayangan pemirsa. Di setiap episodenya Sinema memberikan dua informasi film yang sedang tayang di bioskop dan dua informasi film yang akan segera tayang di bioskop (*coming*

soon). Tidak hanya itu, Sinema akan memberikan tiga informasi berita mengenai artis-artis film. SinemaA tentunya hadir dengan gaya yang khas dan penyesuaian terhadap acara *movie preview* pada umumnya.

o. Lensa 44

Lensa 44 adalah program siaran berita aktual dan faktual seputar Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Dikemas secara terperinci dan berisi berbagai sudut pandang mengenai pendidikan, budaya, hukum, ekonomi dll. Pada tahun 2013 Lensa 44 berkembang dan bekerja sama dengan SME sehingga kini hadir Lensa 44 Surakarta yang menayangkan informasi berita seputar Surakarta dan sekitarnya.

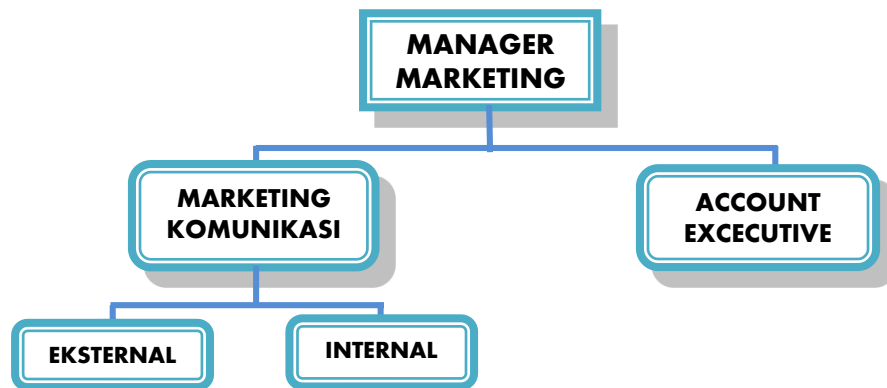
p. Expo event

Expo event adalah program yang menampilkan event- event di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Jawa Tengah sekitarnya. Dengan format liputan berupa tayangan feature kemudian dikemas semenarik mungkin dan bersifat informatif untuk pemirsa.

B. Marketing ADiTV

1. Struktur organisasi dan *jobdesk*

Gambar 2.4 Struktur organisasi marketing ADiTV :



Tugas dan Tanggungjawab *Manager* Penjualan dan Pemasaran adalah:

- a. Bertanggungjawab kepada Direktur Operasional.
- b. Bertugas mengawasi jalannya kegiatan jajaran atau staf yang berada dalam pengawasan.
- c. Bertugas menjaga kelancaran tugas – tugas operasional stafnya.
- d. Mengkoordinasi untuk menetapkan strategi-strategi *marketing*.
- e. Mengkoordinasikan perencanaan, pelaksanaan dan segmentasi pasar ke para staf.

Tugas dan Tanggungjawab *Account Executive*:

- a. Bertanggungjawab kepada Direktur Penjualan dan Pemasaran.
- b. Bertugas menjaga hubungan baik antara pihak eksternal maupun pihak internal yang sangat berkaitan dengan perusahaan.
- c. Bertugas untuk membina jaringan dengan pihak luar sebagai potential klien.
- d. Bertugas untuk bekerja sama, menjual dan menawarkan program kepada pihak luar perusahaan.

Tugas dan Tanggungjawab *Marketing Komunikasi* adalah:

- a. Bertanggungjawab kepada *Manager* Penjualan dan Pemasaran.
- b. Bertugas menjaga hubungan baik antara pihak eksternal maupun pihak internal yang sangat berkaitan dengan perusahaan.
- c. Bertugas untuk membina jaringan dengan pihak luar sebagai potential klien.
- d. Bertugas menjaga kelancaran tugas-tugas Operasional staf *marketing*.

1. Bertugas menjaga kelancaran sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses produksi maupun jalannya perusahaan.

2. Target pasar marketing ADiTV

Penilaian aspek pasar dalam proyek pendirian stasiun televisi ini mempunyai tujuan untuk menghitung potensi pasar yang ada sekarang serta memprediksikan luas jangkauan di masa yang akan datang. Hal tersebut berguna untuk memprediksikan besarnya tingkat tayangan iklan yang dapat diperoleh selama aktivitas berlangsung, yang secara langsung akan berpengaruh terhadap kelayakan investasi.

Sebagai gambaran kita bisa melihat pada Hasil penelitian *AGB Nielsen Media Research* yang dimuat dalam koran *Tempo*, 24 Juli 2007 yang menunjukkan tayangan iklan di stasiun televisi lokal mengalami peningkatan. Penelitian tersebut dilakukan pada Januari hingga Juni 2007 di sepuluh kota besar, yaitu Jakarta, Bandung, Denpasar, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Palembang, dan Banjarmasin. Dari hasil penelitian diperoleh data untuk JAKTV, jumlah tayangan iklan pada semester pertama tahun lalu hanya 29.964, tapi pada semester pertama 2007 naik menjadi 35.447 kali tayang. Begitu juga dengan Bandung TV, yang naik dari 11.019 menjadi 14.704 kali tayang, dan Cakra TV (Semarang), dari 5.807 menjadi 11.572 kali tayang.

Adapun tayangan iklan di JTV (Surabaya) naik dari 35.092 menjadi 39.987 kali tayang dan Jogja TV naik dari 18.486 menjadi 25.167 kali tayang. Sementara itu, tayangan iklan di Bali TV, yang pada semester pertama 2006 sebanyak 36.225 kali tayang, turun menjadi 32.428 kali tayang.

Selain meningkatnya jumlah tayangan iklan, hasil penelitian *AGB Nielsen Media Research* menunjukkan adanya peningkatan lama pemirsa televisi di daerah menonton televisi lokal. Sebagai contoh waktu menonton pemirsa di Bandung pada semester pertama 2006 hanya empat jam per pemirsa. Namun, pada semester pertama 2007 meningkat menjadi 19 jam per pemirsa. Begitu juga di Yogyakarta dan Jakarta, yang pemirsanya memiliki rata-rata waktu menonton lima jam, naik hampir dua kali lipatnya, pada semester pertama 2007. Peningkatan terbesar terjadi di Denpasar, yang semula 19 jam per pemirsa menjadi 33 jam per pemirsa, meskipun di Surabaya, lama menonton menurun dari 11 jam menjadi delapan jam per pemirsa. Dari hasil penelitian diatas bisa digambarkan bahwa potensi tumbuhnya iklan di media TV lokal cukup baik dan dapat di lihat pula bahwa para pengusaha lokal mempunyai minat yang tinggi untuk memasang iklan sesuai dengan kemampuan dan jangkauan siaran TV yang menjadi daerah usahanya. Respon pengusaha ini sangat penting karena keberlangsungan bisnis televisi sangat dipengaruhi oleh minat berpromosi.

Dengan rencana kekuatan daya pemancar 10 KW yang berada di atas bukit Pathuk Kabupaten Gunung Kidul, diperkirakan jangkauan siaran ADiTV bisa mencapai seluruh wilayah DIY ditambah Sragen, Karang Anyar, Solo, Wonogiri, Kartosuro, Boyolali, Klaten, Magelang, Temanggung, Purworejo, Kebumen dan Kutoarjo. Dengan jangkauan area yang demikian, maka diperkirakan ADiTV bisa mendapatkan jumlah penonton dan pemasang iklan TV yang cukup menjanjikan.

3. Kegiatan pemasaran marketing ADiTV

Ketatnya persaingan dalam industri media di Yogyakarta dikarenakan hingga saat ini sudah ada 4 televisi lokal dan 48 stasiun radio swasta nasional. Untuk menghadapinya tentu diperlukan pengembangan program siaran yang menarik dan berkualitas. Diantaranya dengan menampilkan kekayaan adat dan tradisi budaya lokal, kesenian serta wahana pendidikan dan ilmu pengetahuan yang dikemas dengan menarik dan mudah difahami pemirsa.

Untuk menarik para pemasang iklan maka yang dilakukan ADiTV pertama-tama akan memperkuat *brand image* dan meningkatkan jumlah penonton dengan menampilkan acara lokal yang bermutu dalam kemasan yang menarik sekaligus menghibur. Setelah itu melakukan pendekatan kepada para pelaku industri jasa maupun niaga untuk memperkenalkan produknya dengan beriklan

di ADiTV, khususnya lewat amal usaha Muhammadiyah sebagai *captive market*. Untuk lebih menarik lagi maka pemberian potongan harga dan tambahan jumlah tayangan dilakukan untuk menarik pemasang iklan. Selain itu, disediakan pula paket iklan display dengan harga yang relatif terjangkau untuk para pengusaha kecil.

Untuk mempermudah dalam pemasangan iklan, maka di daerah-daerah tertentu yang termasuk dalam jangkauan siaran ADiTV didirikan kantor biro pemasaran. Termasuk juga melakukan kerjasama dengan para pengelola biro iklan.

Kegiatan promosi penting dilakukan untuk mengangkat citra dan lebih mendekatkan ADiTV kepada masyarakat. Diantaranya dengan bertindak sebagai *media partner* untuk kegiatan-kegiatan *on air* dan *off air* yang diselenggarakan oleh masyarakat ataupun instansi.