

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)

Indonesia mempunyai banyak televisi swasta yang sangat banyak tersebar diseluruh daerah. Dari televisi lokal maupun nasional pun sudah banyak hadir dan dapat dinikmati oleh masyarakat. Hal tersebut membuat televisi sebagai salah satu media yang memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat. Hingga kini, televisi selalu digemari masyarakat dan dapat dijumpai dengan mudah di berbagai tempat dan kalangan.

Dalam perkembangannya, televisi di Indonesia Pada tahun 1976, satelit palapa A1 diresmikan oleh SKSD. Satelit ini memungkinkan TVRI pada saat itu untuk mendistribusikan siarannya menjadi lebih luas sampai skala nasional. Memasuki tahun 1980, TVRI memperkenalkan sistem dual chanel dimana terdapat TVRI nasional dan TVRI lokal dengan saluran dan konten lokal dari beberapa provinsi di Indonesia.

Adanya perkembangan ini menimbulkan peluang bagi pihak swasta untuk mengembangkan stasiun televisi baru. Di tanggal 24 Agustus 1989, sebuah catatan penting digoreskan dalam lembaran sejarah pertelevisian Indonesia, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. Menyajikan berbagai program acara hiburan, informasi dan berita yang,

RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dan pembaharu dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia.

Pada awalnya didirikan sebagai perusahaan joint venture dengan kepemilikan saat itu adalah Bimantara Citra (69,82%) dan Rajawali Wirabhakti Utama (30,18%). RCTI pertama mengudara pada 13 November 1988 dan diresmikan 24 Agustus 1989 dan pada waktu itu, siaran RCTI hanya dapat ditangkap oleh pelanggan yang memiliki dekoder dan membayar iuran setiap bulannya. RCTI melepas dekodernya pada akhir 1989. Pemerintah mengizinkan RCTI melakukan siaran bebas secara nasional sejak tahun 1990 tetapi baru terwujud pada akhir 1991 setelah membuat RCTI Bandung pada 1 Mei 1991. Pada 2004 RCTI termasuk stasiun televisi yang besar di Indonesia. Sejak Oktober 2003, RCTI dimiliki oleh Media Nusantara Citra, kelompok perusahaan media yang juga memiliki GTV dan MNCTV. RCTI telah memiliki hak siar atas ajang sepak bola bergengsi Eropa, Euro 2008 bersama GTV dan MNCTV.

RCTI menerima izin siaran pada 1 Januari 1987 di Jakarta dan sekitarnya dengan dekoder. RCTI berdiri pada 21 Agustus 1987 di Jakarta dan dibangun di atas tanah seluas 10 Hektar. Pada 13 November 1988, RCTI melakukan siaran percobaan pertama kali, selama 4 jam sehari dengan dekoder.

Gambar 2.1 Tampilan Website Resmi RCTI



(Sumber: rcti.tv diakses pada tanggal 1 Juni 2018)

Saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia, melalui 54 stasiun relaynya program-program RCTI disaksikan oleh lebih dari 191 juta pemirsa yang tersebar di 452 kota di seluruh Nusantara, atau kira-kira 80.7% dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi demografi ini disertai rancangan program-program menarik diikuti rating yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menayangkan promo mereka di RCTI.

Sejak awal, cita-cita RCTI adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih RCTI sebagai media iklan-iklan mereka. Cita-cita itu menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi market leader dan nomor 1 pilihan pemirsa. Memasuki usianya yang ke-28, tahun 2017 (periode 1 Januari – 15 Mei 2017) RCTI tetap mempertahankan posisi nomor 1 dengan pangsa pemirsa mencapai 17,1% (MF, UPPER MIDDLE, 5+) dan 17,3% (All Demography). RCTI juga berhasil mempertahankan

pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15.63% (periode 1 Januari – 30 April 2017), seperti dilaporkan oleh Nielsen Audience Measurement. (Sumber: <http://www.rcti.tv/about> diakses pada tanggal 1 Juni 2018).

RCTI mempunyai 6 (enam) aspek yang tercermin dan mewarnai program-programnya yaitu harmonisasi dari mimpi, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan doa. Mengusung motto "Kebanggaan Bersama Milik Bangsa", RCTI selalu tampil dengan tagline "oke"-nya.

A.1. Televisi Berlangganan

Bermula dari Jl. Raya Perjuangan Kebon Jeruk, Jakarta Barat, RCTI memulai siarannya secara komersial pada 24 Agustus 1989 yang mencakup wilayah Jabodetabek, di mana pada saat itu siaran RCTI diterima secara terbatas untuk pelanggan yang memiliki dekoder di wilayah Jabodetabek. Meskipun bersiaran lokal di Jakarta, namun ternyata status RCTI pada saat itu adalah televisi berlangganan, bukan televisi lokal. Meski pada saat itu RCTI masih berstatus televisi berlangganan di Jakarta, RCTI sempat menayangkan iklan-iklan bermerek. Satu tahun kemudian, tepatnya tanggal 24 Agustus 1990, RCTI melakukan siaran terestrial ke seluruh Indonesia. Pada saat awal siaran, RCTI hanya menayangkan acara-acara luar negeri karena modalnya lebih murah jika dibandingkan dengan memproduksi sendiri yang biayanya jauh lebih mahal.

A.2. Televisi Terrestrial

Karena setiap hari pelanggan dekoder RCTI semakin bertambah di wilayah Jabodetabek, maka pada 1 Agustus 1990, RCTI melakukan pelepasan dekoder. Lalu bertepatan dengan ulang tahun RCTI ke-1, tepatnya tanggal 24 Agustus 1990, pemerintah akhirnya mengizinkan RCTI beroperasi secara terrestrial sebagai siaran gratis dan pada saat itu pula, PT Bimantara Citra Tbk mendirikan SCTV sebagai stasiun televisi swasta kedua di Indonesia yang pada saat itu berstatus televisi lokal di Surabaya untuk merelay acara-acara RCTI di Surabaya. Baru pada tahun 1991, RCTI merealisasikan hal itu setelah RCTI meluaskan siarannya ke Bandung pada 1 Mei 1991.

Bertepatan dengan ulang tahun ke-4, tepatnya tanggal 24 Agustus 1993, RCTI melakukan siarannya secara nasional. Menginjak usia ke-11, tepatnya tanggal 24 Agustus 2000, RCTI resmi berganti logo baru yang menggambarkan penampilan dan semangat baru. Hingga awal tahun 2001, RCTI memiliki 47 stasiun transmisi di seluruh Indonesia.

B. Visi dan Misi RCTI

1. Visi

"Media Utama Hiburan dan Informasi"

RCTI menyajikan acara-acara yang menarik dan bermutu sehingga menjadi televisi pilihan terbaik untuk hiburan dan informasi di Indonesia. Keseimbangan antara bisnis dan tanggung jawab sosial berjalan seiring

2. Misi

"Bersama Menyediakan Layanan Prima"

RCTI memberi tekanan pada semangat kebersamaan dalam rangka menumbuh-kembangkan upaya-upaya bersama di mana semua komponen Perusahaan, dari tingkat atas sampai bawah, dirangsang, dikoordinasi serta disistematisasi untuk berkarya sebaik mungkin dalam memberikan layanan terbaiknya.

C. Makna Logo RCTI

Gambar 2.2 Logo RCTI



(Sumber: id.wikipedia.org)

1. Arti Logo

Logo dari RCTI menggambarkan sikap RCTI yang selalu tanggap serta sigap setiap saat, turut serta mencerdaskan bangsa dalam era pembangunan semesta

nasional. Bermediakan teknologi televisi yang dilandasi semangat perjuangan serta wawasan nasional maupun internasional.

Elemen bentuk desain R yang diwakili oleh Rajawali merupakan bentuk corporate identity RCTI. Tentunya ini menjadi vocal point yang mengarahkan bahwa itu termasuk dalam jaringan / program dari RCTI.

Lingkaran yang meyimbolkan stabil dan seimbang dapat mempunyai arti wadah, tempat, lokasi, dunia, wahana dan media , karena kita membahas tentang stasiun televisi maka dalam hal ini kami mengartikan lingkaran pada logo RCTI NEWS adalah sebagai media informasi. Begitu pula bentuk lingkaran menyimbolkan kesempurnaan dan kebaikan (coba ingat yin dan yang ; dibentuk dari lingkaran yang merupakan bentuk keseluruhan yang berbeda menjadi bersatu alias sempurna).

2. Simbol Burung Rajawali

Simbol tersebut menggambarkan tekad RCTI bahwa dengan kegiatan teknologi, komunikasi dan visual televise khususnya yang berwawasan nasional, RCTI siap mengemban tugas menyebar informasi, pengetahuan dan hiburan

3. Huruf RCTI

Huruf RCTI dengan tipografi karakter tebal namun sederhana, lugas tanpa ornament berwarna biru murni dengan latar belakang nyiratkan ilusi optis. Warna biru adalah bisa diartikan sebagai bijaksana, luas, kejujuran, dapat dipercaya, pengetahuan, kesejukan dan yang paling utama itu sesuai juga dengan warna corporate RCTI.

Seluruh rangkaian di satukan oleh garis merah yang melintas di bagian kepala huruf. Warna merah diartikan sebagai beda, keberanian, dominan, kuat, dan tegas. Warna mencolok ini juga dipakai untuk tujuan emphasis. Tipografi ini menyiratkan kedinamisan langkah yang tidak dibatasi oleh rumit dan ketatnya aturan formal. Sedangkan segmen-segmennya menyiratkan aspek teknologi komunikasi viralnya.

Jadi filosofi dari logo identitas news RCTI dapat diartikan : News RCTI adalah berita informatif yang seimbang, jujur, dan dapat dipercaya dengan tekad keberanian untuk menyampaikan sebuah kebenaran.

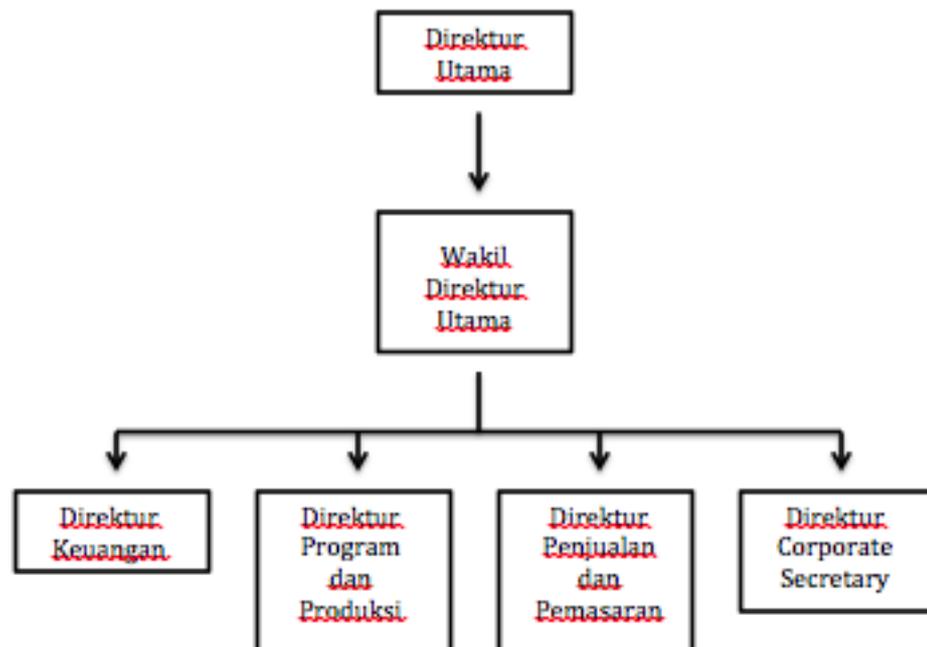
D. Struktur Organisasi RCTI

Dalam rangka melaksanakan tugas di sebuah perusahaan, dibutuhkan sebuah struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan dari pola hubung diantara bagian-bagian dan orang-orang yang

menunjukkan kedudukan, tugas, dan wewenang serta tanggungjawab yang berbeda dalam suatu perusahaan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan dari aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi juga digambarkan bagaimana pola dari hubungan kepada atasan dan bawahan dari suatu perusahaan.

Setiap karyawan pada suatu organisasi harus memahami struktur organisasi yang ada diperusahaannya. Melihat struktur organisasi diperusahaan RCTI, dapat dilihat bahwa struktur organisasi yang digunakan adalah bentuj garis (line), tanggung jawab yang diatur menggunakan level pada setiap tugasnya. Berikut adalah gambaran struktur organisasi di RCTI:

Gambar 2.3 Struktur Direksi RCTI



(Sumber: rcti.tv diakses pada tanggal 4 Juni 2018)

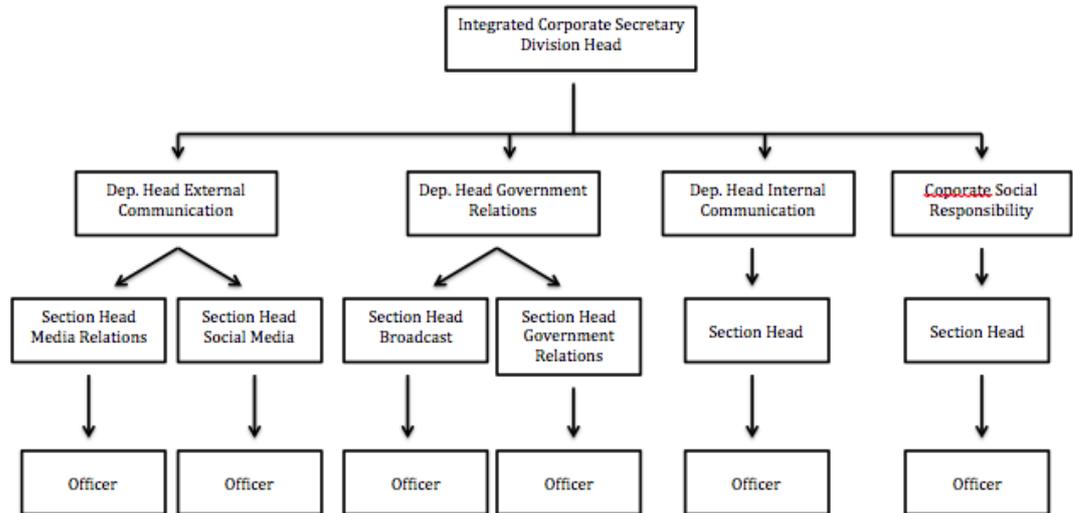
E. Deskripsi di Humas *Media Relations* RCTI

Humas *media relations* di RCTI ini tergabung dalam *corporate secretary*. *Corporate secretary* memiliki peranan yang penting dalam memastikan aspek penghubung (*liaison officer*) antara RCTI dengan pihak eksternal khususnya berkaitan dengan media, publik serta pemerintahan berkaitan dengan penerapan tata kelola perusahaan yang baik.

Corporate secretary menjadi sebuah unit vital yang nantinya akan berhubungan dengan banyak hal. Seperti; stakeholder, investors, para karyawan, masyarakat, regulasi perusahaan, dll. *Corporate Secretary*, harus memastikan kelancaran komunikasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan, serta menjamin tersedianya informasi yang boleh diakses oleh stakeholders sesuai dengan kebutuhan yang wajar dari stakeholders. *Corporate Secretary* bertanggung jawab kepada Direksi dan laporan pelaksanaan tugasnya juga disampaikan kepada Dewan Komisaris.

Dalam *corporate secretary* terbagi dalam beberapa bagian televisi dari MNC Group. Semenjak awal 2018 kegiatan dari *corporate secretary* bekerja dengan sistem integrasi yaitu mempersatukan humas yang ada pada setiap televisi MNC Grup menjadi sebuah kesatuan. Tergabung dari televisi RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews TV, *corporate secretary* melaksanakan segala acara dari semua televisi secara bersama-sama walaupun setiap televisi punya wakilnya sendiri-sendiri disetiap bagian *corporate secretary*.

Gambar 2.4 Struktur Organisasi *Corporate Secretary* MNC Group

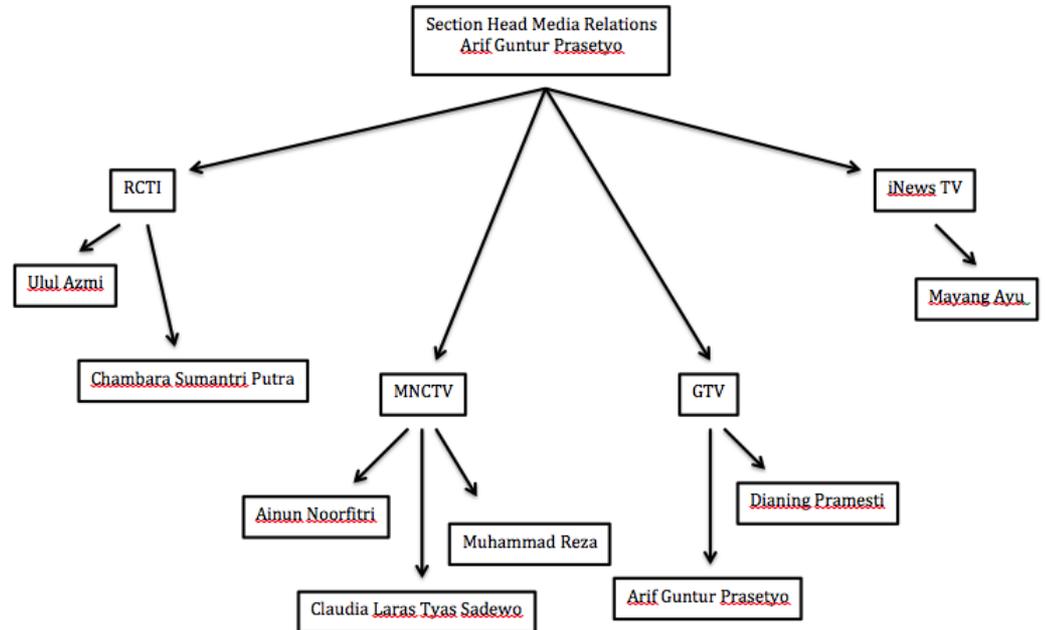


(Sumber: *media relations* RCTI)

E. Tugas *Media Relations* MNC Group

Melaksanakan koordinasi antara media eksternal dengan perusahaan dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan media eksternal serta menjadi tim pendukung suatu acara pada RCTI, MNCTV, GTV, iNews TV dalam hal *media handling*.

Gambar 2.5 Struktur Media Relations MNC Group



(Sumber: *media relations RCTI*)

E.1. Tugas Media Relations RCTI

Sebagai *media relations* khususnya pada RCTI, mereka melaksanakan koordinasi teknis, dan pelayanan dari eksternal kepada khususnya RCTI yang nantinya akan di bahas bersama dan di musyawarahkan bersama rekan *media relations* yang lain.

Secara lebih rinci, tugas humas *media relations* RCTI adalah melakukan kegiatan-kegiatan *media relations* sebagai berikut:

a. Membuat Press Conference

Mempersiapkan media yang untuk liputan yang berkaitan dengan kegiatan dari RCTI dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh, selain itu

juga melakukan wawancara dengan sejumlah nara sumber yang layak diwawancarai.

b. Melakukan *Media Handling*

Mengawasi dan melayani para rekan media saat berlangsungnya kegiatan *media relations* atau suatu program RCTI yang mengundang adanya para media. Membantu para rekan media untuk mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung liputan dari media tersebut.

c. Membuat *Press Release*

Membuat informasi tertulis yang dikeluarkan oleh RCTI mengenai suatu program untuk dipublikasikan di media massa. Dengan pemuatan *press release*, sehingga RCTI memperoleh publisitas sehubungan dengan event yang diselenggarakan atau isu yang diangkat.

d. Melakukan *media visit* ke media lain

Melakukan kunjungan ke kantor media dengan tujuan untuk menjalin hubungan kerjasama dan sebagai bentuk promosi RCTI, mengetahui seluk-berluk kerja media, atau untuk menginformasikan segala sesuatu tentang RCTI, dan aktivitas yang telah/akan kita lakukan.

e. Menjaga hubungan baik dengan media lain

Menjalin hubungan yang baik dengan media eksternal dengan selalu memberikan informasi yang akurat serta sigap dalam melayani para media yang membutuhkan suatu berita dari RCTI dan mengenai suatu program yang dijalankan oleh RCTI.

F. Dahsyat Episode “HUT Dunia Terbalik”

Acara musik Dahsyat yang dianggap sebagai pelopor program musik di Indonesia. Dalam episodenya yang merayakan ulang tahun dari sinetron “Dunia Terbalik”, Dahsyat membuat suatu kesalahan yaitu pelecehan kesatuan TNI di salah satu segmennya pada tanggal 19 Januari 2018 yang membuat program tersebut diberhentikan oleh KPI. Dalam segmen tersebut, tim kreatif menampilkan permainan makan donat seperti konsep lomba makan kerupuk saat agustusan. Namun, bedanya donat tersebut tidak digantungkan di tali, melainkan diikatkan pada kaki salah satu pembawa acara Dahsyat yaitu Felicya Angelista dan perwakilan dari pemain sinetron “Dunia Terbalik” yaitu Feby Marcellia. Peserta dari permainan tersebut harus berlutut sambil menghabiskan kue tersebut. Salah satu dari peserta permainan tersebut adalah anggota TNI AD.

Saat permainan berlangsung, dengan bercanda tawa, kedua bintang tamu tersebut menggoyang-goyangkan kaki mereka didekat wajah peserta yang berlutut sehingga membuat donat menjadi susah diraih dan kemudian

menimbulkan kesan melecehkan. Penggunaan kaki saat menarik donat yang sedang digigit oleh anggota TNI AD itu kemudian menjadi viral dan menimbulkan kecaman.

KPI Pusat menilai hal tersebut berpotensi melanggar Pasal 9, Pasal 10 Ayat (1), Pasal 15 Ayat (1), dan Pasal 37 Ayat (4) huruf a SPS KPI Tahun 2012 tentang penghormatan terhadap norma kesopanan, penghormatan terhadap etika profesi, perlindungan anak-anak dan remaja, serta larangan program siaran klasifikasi R menampilkan muatan yang mendorong remaja belajar perilaku tidak pantas. Berdasarkan hal tersebut KPI Pusat memutuskan untuk memberikan peringatan. Satu hari usai dilayangkannya Peringatan Tertulis, pihak KPI melakukan evaluasi dan pembinaan terhadap acara Dahsyat. Rentetan pasal tersebutlah yang memperkuat akan pemberhentiannya program Dahsyat.

Hal yang dilakukan oleh humas bagian *media relations* RCTI saat kasus tersebut terjadi adalah melayani banyaknya berita yang muncul dan beberapa wartawan ikut serta menanyakan atas kasus tersebut kepada mereka. *Monitoring* berita dilakukan untuk mengumpulkan data berita negatif dari mana saja yang sudah terbit untuk selanjutnya di jadikan laporan untuk mempertimbangkan langkah apa yang harus dilakukan. Dalam segi sosial media, humas *media relations* RCTI mengontrol kolom komentar pada akun instagram @officialRCTI untuk meminimalisir kesalahpahaman yang berkelanjutan serta mengatur konten agar membuat para netizen terfokuskan pada konten yang berbeda.

Tidak lama sejak hebohnya tayangan Dahsyat yang dianggap melecehkan TNI, pihak RCTI melayangkan surat permintaan maaf yang untuk masyarakat dan Direktur Perhubungan Angkatan Dara atas perbuatan tidak pantas yang dilakukan oleh salah satu program acaranya yaitu program “Dahsyat”.

Gambar 2.6 Permohonan Maaf Dahsyat Kepada Pimpinan TNI AD



(Sumber: [instagram.com/dahsyat.musik](https://www.instagram.com/dahsyat.musik) diakses pada tanggal 5 Juni 2018)

Gambar 2.7 Surat Permohonan Maaf RCTI



(Sumber: brilio.net diakses pada tanggal 5 Juni 2018)