

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Keberhasilan I Channel TV dalam menciptakan sebuah program acara televisi yang dapat menarik banyak minat audiens, menjadikan sebagai salah satu strategi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal Bandung di tengah persaingan industri penyiaran. Selain menciptakan program acara, terdapat strategi lain dalam mempertahankan eksistensinya yaitu dengan melalui *media partnership*<sup>1</sup>. Pada dasarnya, pengajuan untuk menjadi *media partnership* biasanya ditujukan atau diajukan langsung untuk perusahaannya bukan pada apa yang menjadi bagian dari perusahaannya. Namun yang peneliti temukan berbeda dengan I Channel TV, terdapat *event-event media partnership* yang diajukan langsung pada programnya bukan pada stasiun TVnya.

INIKPOP merupakan salah satu program acara unggulan yang dimiliki oleh I Channel TV Bandung dan diproduksi oleh Adhie Fahmi, tayang secara reguler setiap Selasa & Jum'at pukul 15.30 – 16.30 WIB yang dimana program tersebut memiliki konsep serta isi konten acaranya adalah membahas “Korea”. Kontennya dapat berupa informasi *KPop*, Drama Korea, Aktris/Aktor Korea, *Cover Dance* Korea, dan *Event-event Korean*. Terhitung sejak 2020 hingga 30 Juni 2023 sudah tayang sebanyak 132 episode di televisi dengan berbagai informasi ter-*update* seputar *KPop*<sup>2</sup>, INIKPOP diproduksi dan ditayangkan karena begitu banyaknya masyarakat atau anak muda sekarang yang sangat menikmati dan menyukai konten informasi mengenai dunia *Korean Pop* atau *K-Pop*<sup>3</sup>. Bukan hanya musik dan dramanya saja, akan tetapi juga gaya hidup, *fashion*, bahasa, hingga kulinernya pun banyak diminati. Banyak masyarakat yang tidak hanya sekedar menjadi penonton dan penikmat konten informasinya saja, akan tetapi juga menjadi penggemar aktris/aktornya sebagai idola mereka. Maka dari itu

---

<sup>1</sup> Menurut Heru Haerudin selaku *Account Executive*

<sup>2</sup> Data Perusahaan, 2023

<sup>3</sup> Menurut Adhie Fahmi selaku Produser INIKPOP

informasi-informasi ter-*update* seputar *KPop* sangat ditunggu dan dicari oleh masyarakat terutama anak muda yang menyukai drama Korea atau informasi-informasi tentang aktris/aktor Korea yang diidolakannya. Maka dari itu, dengan banyaknya masyarakat/audiens yang menyukai tentang Korea, I Channel TV mengambil kesempatan untuk memproduksi dan menayangkan program acara khusus untuk membahas dunia *KPop* agar menarik audiens lebih luas untuk melirik I Channel TV sebagai televisi lokal yang tidak hanya membahas mengenai budaya atau informasi lokal saja akan tetapi juga *update* mengenai informasi-informasi lintas budaya lokal yakni seputar Korea<sup>4</sup>.

Pada 8 September 2015, INIKPOP pertama kali resmi tayang di situs berbagi video, *Youtube*. Perjalanan INIKPOP terus berlanjut, dari yang awalnya hanya berada di website *initv.net*, kini INIKPOP hadir dengan kostum sendiri, yakni *inikpop.com*. INIKPOP mulai merambah ke media sosial sendiri yang terpisah dari media sosial utama I Channel TV (@*ichanneltv\_bdg*) yaitu antara lain *Instagram*: @inikpop, *Twitter*: ini\_kpop, *Facebook*: inikpop, *Youtube*: inikpop, *Line*: @inikpop<sup>5</sup>. Akun media Instagram @inikpop saat ini memiliki 12,5ribu orang pengikut/*followers*, dan terdapat 2.182 unggahan terhitung dari sejak awal dibuat pada 2015 – 30 Juni 2023<sup>6</sup>. Isi dari kontennya sendiri berisi informasi-informasi mengenai Drama dan Musik Korea, Aktris/aktor Korea serta informasi kegiatan *cover dance* yang diselenggarakan oleh berbagai pihak yang menjadikan @inikpop sebagai *media partnership* dalam acaranya.

Akun media Instagram @inikpop tidak hanya mengunggah dan menyebarluaskan informasi drama dan aktor Korea saja, akan tetapi juga mengunggah informasi mengenai *event* yang diselenggarakan oleh berbagai pihak pengelola yang menjadikan INIKPOP sebagai *media partnership* pada acaranya<sup>7</sup>. Dan saat ini INIKPOP semakin melebarkan sayapnya dengan tayang secara reguler di I Channel TV Bandung dan Indonesia TV yang jangkauan siarannya berada di Serang, Jogja, dan juga Semarang. INIKPOP ingin berbagi informasi

---

<sup>4</sup> Menurut Adhie Fahmi selaku Produser INIKPOP

<sup>5</sup> <https://inikpop.com>

<sup>6</sup> Sumber: Instagram @inikpop

<sup>7</sup> Sumber: Instagram @inikpop

bersama *K-Popers* mengenai semua informasi yang berhubungan dengan dunia *Korean Pop*. Mulai dari musik, drama, budaya, gaya hidup, *fashion*, sampai kulinernya. INIKPOP menyuguhkan informasi seputar *KPop* namun diulas dan dikemas dengan ceria, ringan, lucu, dan *fun*. Sajian video klip musik *ter-update* menjadi salah satu andalan dari INIKPOP. Di samping itu, sajian berita, artikel, dan informasi lainnya selalu *update* agar para *K-Popers* tidak ketinggalan berita-berita hangat seputar *KPop*<sup>8</sup>. Tidak berhenti disitu saja, ajakkan kerjasama juga sering diperoleh INIKPOP, misalnya menjadi *media partnership* dalam *event-event* yang diselenggarakan oleh berbagai pihak, pengelola/penyelenggara. I Channel TV harus tetap berupaya membuat dan menerapkan strategi-strategi yang matang agar mampu menarik minat audiens untuk tetap menonton I Channel TV serta bagaimana agar I Channel TV terus konsisten menayangkan program-program yang berkualitas dan informasi-informasi *ter-update*<sup>9</sup>.

Dalam mempertahankan eksistensi sebuah media televisi lokal tidaklah mudah, mengingat persaingan antara media televisi dengan media massa *online* di era saat ini. Salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensi I Channel TV adalah dengan menjalin sebuah kerjasama, mengadakan kegiatan yang melibatkan audiens dan meningkatkan kualitas setiap program acara yang dimiliki. Menjalinkan sebuah kerjasama, salah satunya adalah dengan *media partnership* melalui akun Instagram @inikpop, adanya kolaborasi dan kerjasama melalui kegiatan tersebut dapat menjadi salah satu cara I Channel TV untuk dapat terus memperkenalkan dan mengembangkan perusahaan kepada masyarakat secara luas. Demi mempertahankan eksistensi I Channel TV di tengah persaingan dunia media dan dikalangan masyarakat luas, I Channel TV memilih *media partnership* sebagai salah satu strategi solusinya untuk terus *membranding* perusahaan kepada masyarakat. Manfaat yang diperoleh oleh I Channel TV melalui kegiatan INIKPOP sebagai *media partnership* adalah antara lain dapat mendorong citra positif perusahaan, dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat/konsumen sehingga membuat orang yang belum tahu I Channel TV

---

<sup>8</sup> <https://inikpop.com/about-us/>, diakses pada 30 Mei 2023 pukul 14.57 WIB

<sup>9</sup> Menurut Rori Yanto selaku *Station Manager*

menjadi tahu, dan yang sudah tahu menjadi lebih dekat, menjangkau serta menarik *audiens* yang lebih luas<sup>10</sup>.

*Media partnership* adalah salah satu kegiatan kerjasama yang terjalin antara perorangan, perusahaan atau penyelenggara *event* dengan media. Selayaknya sebuah kerjasama, hubungan ini harus saling menguntungkan satu sama lain tanpa ada pihak yang dirugikan. Jenis-Jenis dari *media partnership* misalnya media cetak seperti koran dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio, media *online* seperti *website* dan media sosial. Jika suatu perusahaan atau penyelenggara *event* bekerjasama melalui *media partnership*, biasanya perusahaan atau penyelenggara *event* akan mengeluarkan biaya untuk promosi dan juga fasilitas untuk *media* yang hadir pada *event* tersebut<sup>11</sup>. Sama halnya *media partnership* dengan I Channel TV, maka perusahaan atau penyelenggara *event* yang melakukan kegiatan tersebut harus menyediakan apa yang dibutuhkan oleh tim I Channel TV saat hadir dan melakukan liputan/*shooting* ke perusahaan atau *event* tersebut. Berikut salah satu unggahan yang peneliti ambil mengenai *media partnership* pada akun Instagram @inikpop:



**Gambar 1.1**  
*Poster Media Partner “S.O.B.A.T EXPO” K-Pop Dance Cover Competition*  
Sumber: Instagram @inikpop

<sup>10</sup> Menurut Heru Haerudin selaku *Account Executive*

<sup>11</sup> Skripsi Sakana Bill Haqi dan Imam Syafganti mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2019 yang berjudul “Strategi Pemilihan *Media Partner* dan *Influencer* Dalam Penyelenggaraan Pameran CRAFTINA 2019”.

Unggahan yang peneliti ambil mengenai *media partnership* pada akun Instagram @inikpop adalah *Event "S.O.B.A.T EXPO" K-Pop Dance Cover Competition*, yang diselenggarakan oleh *Foxcrew with Adira Finance* di Bandung Indah Plaza (BIP) pada tanggal 24 Juni 2023. Di *event* tersebut INIKPOP menjadi *media partnership* yang melakukan liputan secara langsung di lapangan dan hasil dari liputan tersebut akan ikut serta ditayangkan di televisi pada program INIKPOP pada hari Selasa dan Jum'at pukul 15.30 - 16.30 WIB.

Selain *event* tersebut, masih begitu banyak *event-event* yang memilih INIKPOP sebagai *media partnership* dalam acara yang diselenggarakan oleh para pengelola<sup>12</sup>. Antara lain, dalam tabel berikut:

**Tabel 1.1.**  
**Kegiatan *media partnership* pada akun Instagram @inikpop**

<b>Tanggal Acara</b>	<b>Nama Acara</b>	<b>Lokasi</b>
21 Mei 2023	<i>"ADDICTIVE FEST" Cosplay, Coswalk &amp; K-Pop Dance Cover Competition"</i>	Cihampelas Walk
25 Februari 2023	<i>"JAEMICHOOM: Act Of Love" K-Pop Dance Cover Competition! Powered by: Yo! Active Supported by: YOGYA Sumber Sari</i>	Yogya Sumber Sari Junction, Bandung
18-19 Februari 2023	<i>Kpop Dance Cover Festival collaboration with @comingsoon_ofc</i>	Critical 11, Bandung
	<i>DigiCash Annyeong K-Fest 2022 K-Pop Dance Cover Competition</i>	Bank BJB
14 Juni 2019	<i>Grand Opening Xing Fu Tang</i>	Lippo Mall Puri

*Sumber: Instagram @inikpop*

<sup>12</sup> Sumber: Instagram @inikpop



**Gambar 1.2**  
***Proposal Local Communities MTU Initiative***  
***Grab x INIKPOP***

*Sumber: Data perusahaan 2022*

Selain itu, pada April 2022 INIKPOP menjadi *media partnership* pada aplikasi antar-jemput *online* yakni Grab. Kerjasama tersebut didasarkan pada ketertarikan komunitas aplikasi antar-jemput *online* pada setiap konten INIKPOP untuk menjalin kerjasama dalam bentuk *apply voucher* di aplikasi antar-jemput *online* tersebut. *Media partnership* tersebut diajukan oleh lokal komunitas MTU.<sup>13</sup>

Berdasarkan dari beberapa data yang peneliti temukan, jika dilihat dari segi kerjasamanya, akun Instagram @inikpop lebih sering menjadi *media partnership* dibandingkan dengan akun Instagram dari I Channel TVnya (@ichanneltv\_bdg). *Media partnership* yang peneliti temukan pada akun Instagram @inikpop sedikit banyaknya mengunggah 1-2 poster *media partnership* dalam setiap bulannya. INIKPOP merupakan sebuah program acara reguler yang membahas tentang per-Koreaan yang hanya dimiliki oleh stasiun TV lokal yaitu I Channel TV sedangkan peneliti tidak menemukan di TV lokal bandung lainnya yang memiliki konten program acara khusus untuk mengkonsep isinya membahas tentang Korea serta peneliti juga tidak menemukan di TV lokal bandung lain, program acara yang merupakan bagian dari TVnya menjadi *media partnership* pada *event-event* yang diselenggarakan oleh berbagai pihak. Sebagai bahan

<sup>13</sup> Data Perusahaan, 2022.

pertimbangan dalam penelitian yang peneliti lakukan, peneliti menemukan lebih banyak stasiun TVnya yang sering menjadi *media partnership*. Berikut data yang peneliti temukan pada kompetitor dari I Channel TV, antara lain:

**Tabel 1.2**  
**Kegiatan Kerjasama Televisi Lokal Bandung**

No.	Televisi Lokal	Kegiatan Kerjasama
1.	PJTV Bandung	Menjadi <i>media partner</i> pada <i>event International Photography &amp; Short Movie Festival</i> yang diselenggarakan pada tanggal 13 April – 28 Oktober 2020 oleh Telkom University <sup>14</sup>
2.	InspiraTV	Menjadi <i>media partner</i> pada <i>event</i> Kajian Gebyar “Berdamai dengan Hati Saat Menerima Ujian” yang diselenggarakan pada tanggal 31 Mei 2023 oleh POM (Persatuan Orang Tua Murid) Level 1-6 SD Muhammadiyah 7 Bandung <sup>15</sup>
3.	MQTV	Menjadi <i>media partner</i> pada <i>event</i> Reuni Kubro SSG-DT 2022 yang diselenggarakan pada 24 - 25 Desember 2022 oleh SSG (Santri Siap Guna) Daarut Tauhid <sup>16</sup>
4.	BandungTV	Menjadi <i>media partner</i> pada <i>event Sound In Forest</i> yang diselenggarakan pada tanggal 7 Mei 2023 oleh Buas Organizer x Dago Dreampark <sup>17</sup>

*Sumber:* Akun Instagram Kompetitor I Channel TV Bandung

<sup>14</sup> Sumber: Instagram @pjtv.bandung

<sup>15</sup> Sumber: Instagram @inspiratv

<sup>16</sup> Sumber: Instagram @mqtvofficial

<sup>17</sup> Sumber: Instagram @bandungtv38

Dalam pra observasi yang peneliti lakukan dengan membandingkan program acara dari setiap televisi lokal Bandung melalui *platform* Instagram serta *Website*, seperti PJTV Bandung, InspiraTV, MQTV, dan BandungTV. Setelah ditelusuri dan diteliti, pada setiap televisi lokal tersebut tidak memiliki program acara khusus lintas lokal yang membahas *Korean Pop* atau KPop, melainkan banyak program-program acara yang dimiliki adalah berupa konten program budaya lokal. Sehingga berdasarkan temuan peneliti tersebut, keunikan dalam penelitian ini adalah INIKPOP yang merupakan sebuah konten program acara khusus lintas lokal yang membahas mengenai *Korean Pop* atau KPop dan tidak dimiliki oleh stasiun TV lokal lainnya. Selain itu, yang menjadi keunikan lainnya adalah tidak ditemukannya program acara dari stasiun TV yang menjadi *media partnership* pada *event-event* yang diselenggarakan. Sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian tersebut menggunakan studi kasus dalam menemukan keunikan dari penelitian yang dilakukan. Dengan begitu banyaknya *event* yang ber-*media partnership* dengan INIKPOP membuat peneliti tertarik memilih I Channel TV sebagai penelitian karena peneliti ingin mengetahui lebih mendalam bagaimana keberhasilan kegiatan INIKPOP dengan menjadi *media partnership* dalam membangun eksistensi I Channel TV sebagai televisi lokal.

Menurut Sugiarto (2017:12) studi kasus merupakan jenis penelitian kualitatif yang mendalam tentang individu, kelompok, institusi dan sebagainya dalam waktu tertentu. Tujuan studi kasus adalah berusaha menemukan makna, meneliti proses, serta memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam serta utuh dari individu, kelompok, atau situasi tertentu. Data studi kasus diperoleh dengan wawancara, observasi dan mempelajari berbagai dokumen yang terkait dengan topik yang diteliti.<sup>18</sup>

Dari pemaparan mengenai studi kasus di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa studi kasus merupakan suatu cara peneliti untuk mengumpulkan, mengolah data dari fenomena yang peneliti temukan dari hasil

---

<sup>18</sup> Sugiarto, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta:Andi

observasi lapangan serta untuk mengetahui keefektifan *media partnership* dalam membangun eksistensi I Channel TV sebagai televisi lokal.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, mempertahankan eksistensi sebuah media massa terutama media televisi lokal memang tidak mudah ditengah industri penyiaran televisi saat ini ditambah dengan terus berkembangnya teknologi digital. Adanya kolaborasi dan kerjasama melalui *media partnership* dapat menjadi salah satu solusi untuk dapat terus memperkenalkan, mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaan secara luas kepada masyarakat. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian yang berjudul “**Strategi Media Televisi Lokal Dalam Mempertahankan Eksistensi** (Studi Kasus mengenai Strategi Televisi Lokal Bandung dalam Mempertahankan Eksistensi melalui *Media Partnership* pada akun Instagram @inikpop di I Channel TV Bandung)”.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang dikemukakan di atas, maka fokus dari penelitian ini yaitu bagaimana strategi televisi lokal dalam mempertahankan eksistensi melalui *media partnership* pada akun Instagram @inikpop di I Channel TV Bandung?

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang dikemukakan di atas, terdapat beberapa pertanyaan mengenai penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *media partnership* melalui akun Instagram @inikpop dalam mempertahankan eksistensi I Channel TV sebagai televisi lokal Bandung?
2. Apa hambatan implementasi *media partnership* dalam mempertahankan eksistensi I Channel TV?

3. Mengapa akun media Instagram @inikpop dipilih sebagai media penyebaran informasi *media partnership*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan acuan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi *media partnership* melalui akun Instagram @inikpop dalam mempertahankan eksistensi I Channel TV sebagai televisi lokal Bandung.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja pada implementasi *media partnership* dalam mempertahankan eksistensi I Channel TV.
3. Untuk mengetahui alasan mengapa akun media Instagram @inikpop dipilih sebagai media penyebaran informasi *media partnership*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini tentu diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat secara teoritis maupun secara praktis dan menjadikan referensi bagi penelitian-penelitian mendatang.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi studi ilmu komunikasi serta dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi dan referensi pada penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis digolongkan kembali menjadi tiga kategori sebagai berikut:

##### **1.4.2.1 Bagi Peneliti**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mampu menambah wawasan, pengetahuan serta mengaplikasikan strategi media televisi lokal dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media massa *online* dan digital.

#### **1.4.2.2 Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pengembangan kajian keilmuan serta penelitian yang berkaitan dengan *media partnership*.

#### **1.4.2.3 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi I Channel TV dalam mempertahankan eksistensinya mengenai *media partnership* melalui akun Instagram @inikpop.