



2021

**LAPORAN TINDAK LANJUT RISET
KHALAYAK PENONTON TELEVISI :
PANDANGAN GENERASI Z
TENTANG TVRI TAHUN 2020**

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
LPP TVRI**

RISET KHALAYAK PENONTON TELEVISI PANDANGAN GENERASI Z TENTANG TVRI

Televisi tidak lagi menjadi medium komunikasi utama bagi individu untuk mendapatkan informasi. Hal ini terutama tampak pada generasi milenial (mereka dengan tahun kelahiran 1980-1999) dan Generasi Z (Gen Z, mereka dengan tahun kelahiran di atas 2000), generasi yang disebut “digital native” (Prensky, 2001), yang tumbuh bersama dengan teknologi internet dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama (Boyd, 2001). Mereka ini adalah anak muda yang lahir sejak awal 1980-an, merupakan penutur asli (native speakers) dari bahasa platform digital (Lindgren, 2017). Konvergensi media yang terjadi mulai tahun 1990-an seiring dengan perkembangan teknologi media bukan hanya membawa perubahan besar dalam industri media (Watson & Hill, 2012), tetapi juga mengubah cara khalayak mengonsumsi media (Marcus, 2013).

Di antara kelompok muda yang berusia rata-rata 20 tahunan ini, yang penting untuk dikaji adalah kalangan yang disebut digital native. Kalangan ini tumbuh bersama dengan teknologi internet dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Survei dilaksanakan oleh Puslitbang LPP TVRI Bekerja sama dengan LPPM FISIP UI secara online menggunakan FGD online dengan Zoom Meeting pada bulan November 2020.

Sebanyak 36 (Tiga Puluh Enam) informan direkrut di empat lokasi penelitian dan merepresentasikan penonton dan non-penonton TVRI, yaitu Medan, Jabodetabek, Semarang, dan Makasar.

Riset ini menunjukkan bahwa informan beralih menonton televisi saat sudah penat mengakses media sosial. Saat menonton TV pun, informan masih mengakses media digitalnya. Dengan demikian informan menggunakan lebih dari satu media pada saat yang relatif bersamaan.

Informan menonton TVRI umumnya karena rekomendasi atau ajakan anggota keluarga, terutama orangtua. Menjadi penting untuk membuat kaum muda ini memilih tayangan TVRI karena pertimbangan sendiri, bukan karena ikut-ikutan dengan anggota keluarga lainnya. Karena kondisi ini, maka promosi yang dilakukan di media sosial menjadi jalan masuk untuk mengajak kaum muda penonton TVRI untuk lebih terlibat dengan program-program TVRI, karena tampilan TVRI di media sosial yang dapat memikat anak muda akan melahirkan engagement, sesuatu yang sangat penting sebagai salah satu karakter budaya digital.

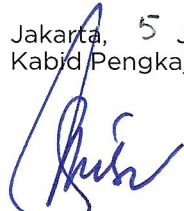
KESIMPULAN	REKOMENDASI
<ul style="list-style-type: none">• Televisi tidak lagi menjadi media utama bagi generasi milenial, terutama generasi Z untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan• Bukan hanya televisi yang ditinggalkan oleh generasi milenial. Media konvensional seperti radio, film bioskop, dan surat kabar mengalami dampak serupa• Generasi milenial dan Z menyukai tipe media yang “on-the-go”, “asynchronous” dan dapat dikonsumsi kapan saja melalui beragam platform	<ol style="list-style-type: none">1. Konten. Kekuatan konten TVRI dalam perspektif penonton ada pada program berita yang tidak berpihak, program jalan-jalan, dan program bernuansa lokal.2. Teknis. Terdapat beberapa lokasi yang masih mengalami kendala sinyal dan bahkan tidak dapat mengakses siaran TVRI sama sekali.3. Konvergensi Media. Gen Z memiliki pola konsumsi media yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka mengonsumsi media secara asynchronous, on demand, dan

<ul style="list-style-type: none"> • Televisi tetap menjadi media keluarga walau fungsinya tidak lagi dominan seperti sebelumnya • Program acara televisi yang kreatif dan edukatif masih menjadi daya tarik utama untuk kelompok Generasi Z • Informan penonton TVRI banyak menonton program siaran berita di TVRI • Mengingat media sosial menjadi media utama bagi kaum muda digital native, maka “menjangkau” mereka di media sosial menjadi penting • Selama ini dinilai TVRI tidak mengangkat hal-hal yang tengah jadi perhatian masyarakat (viral) • Talents (seperti penyiar atau bintang tamu) yang populer di kalangan generasi Z menjadi faktor penting yang dapat membuat mereka menonton televisi • TVRI dinilai tidak berkomunikasi dengan menggunakan simbol-simbol yang akrab dengan segmen penonton anak muda • Salah satu sebab mengapa TVRI tidak dilirik oleh kaum muda adalah masalah teknis siaran • Sebab lainnya mengapa TVRI tidak ditonton anak muda adalah pengemasan acara yang membuat TVRI dinilai “televise jadul” dan memiliki konsep acaranya yang tidak modern dan “tidak milenial”. • Konten informasi lokal dan budaya lokal menjadi keunggulan TVRI dan ini harus dipertahankan • Masih ada anggapan pada diri informan bahwa TVRI adalah media pemerintah, dan ini bukanlah gambaran yang positif mengenai TVRI • Banyak informan yang tidak mengetahui tentang apa itu Lembaga Penyiaran Publik (LPP). 	<p>menggunakan gawai digital. TVRI harus dapat beradaptasi dengan karakteristik unik generasi muda ini</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Promosi. Penggunaan media sosial yang mendorong interaksi (engagement) menjadi faktor penting yang dapat mendorong penonton muda untuk mengakses TVRI 5. Talents. Pembawa acara yang konservatif, terlalu kaku, dan terlalu formal tidak akan dapat menarik perhatian Gen Z 6. Kemasan. Acara harus dikemas dalam format yang atraktif dengan elemen audiovisual yang menarik seperti kamera (posisi, sudut, gerakan, pembingkai, pilihan lensa), editing, tata suara, dan mise en scène 7. Pemosisian TVRI. Upaya TVRI agar dapat tetap relevan di mata Gen Z yang merupakan khalayak sasaran perlu dilakukan secara komprehensif dengan melakukan riset lanjutan yang mampu mengidentifikasi peluang sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP) dan memberikan evaluasi secara menyeluruh
---	--

Tindak lanjut yang dilakukan adalah dengan mendisemisasi hasil survey ini kepada pihak-pihak terkait untuk menghasilkan referensi alternatif yang dipercaya dan valid sebagai bahan pertimbangan Manajemen LPP TVRI dan profesional TVRI yang relevan, yaitu Dewan Pengawas, Dewan Direksi, para Produser, dan para pemangku kepentingan (stakeholders) TVRI dalam proses pengambilan keputusan.

Demikian Laporan tindak lanjut ini dibuat untuk dapat digunakan semestinya.

Jakarta, 5 Januari 2021
Kabid Pengkajian Kelembagaan



Risal Damis
NIP. 196306101983021003