

SIARAN TELEVISI PAGI HARI (*BREAKFAST TELEVISION*) DI TELEVISI INDONESIA

Aceng Abdullah¹, Evi Rosfiantika¹, Rangga Saptya Mohamad Permana¹

¹ Universitas Padjadjaran

ABSTRAK

Perkembangan televisi siaran di Indonesia cukup pesat. Media massa yang satu ini di Indonesia jauh lebih disukai dibanding media massa cetak atau pun media radio. Para pengusaha media massa ini melihat kue iklan di Indonesia yang pada tahun 2016 saja mencapai angka sekitar Rp 150 trilyun. Dari jumlah itu sekitar 80% diraup oleh stasiun televisi besar di Jakarta yang jumlahnya hanya beberapa buah. Siaran televisi yang melayani para pemirsanya di pagi hari acaranya disebut sebagai *Breakfast Television*, yakni acara televisi yang dikhususkan bagi mereka yang akan mempersiapkan diri untuk berangkat kerja, sekolah, kuliah, atau aktivitas lainnya. Tujuan studi atau pengkajian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana ragam siaran televisi pagi hari di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa hampir setiap stasiun TV menayangkan acara Film kecuali *MetroTV*, *tvOne* dan *Kompas TV*. Ternyata hampir semua program TV yang biasa ditayangkan pada jam di luar pagi ditayangkan di pagi hari.

Kata-kata Kunci: Televisi; Indonesia; Sarapan.

BREAKFAST TELEVISION BROADCASTING AT INDONESIAN TELEVISION

ABSTRACT

The development of broadcast television in Indonesia is quite rapid. This mass media in Indonesia is much more preferred than printed mass media or radio media. These mass media entrepreneurs see advertising cakes in Indonesia which in 2016 alone reached a figure of around Rp 150 trillion. Of that amount about 80% is picked up by a major television station in Jakarta which is only a few pieces. Television broadcasts that serve its viewers on the morning of the show are called Breakfast Television, a television program devoted to those who will prepare to leave for work, school, college, or other activities. The purpose of this study or study is to know about how the variety of morning television broadcasts in Indonesia. The research method used is descriptive-qualitative method. The results show that almost every TV station shows Movie shows except MetroTV, TVOne and Kompas TV. Apparently almost all the usual TV programs aired on the clock outside the morning aired in the morning.

Keywords: Television; Indonesia; Breakfast.

Korespondensi: Aceng Abdullah. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Sumedang. Email: aceng.abdullah@unpad.ac.id

Submitted: July 1st, 2016, **Revision:** October 1st, 2016, **Accepted:** December 1st, 2016
ISSN: 2548-687X (cetak), ISSN: 2549-0087 (online)
<http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>

PENDAHULUAN

Perkembangan televisi siaran di Indonesia cukup pesat. Media massa yang satu ini di Indonesia jauh lebih disukai dibanding media massa cetak atau pun media radio. Selain memiliki karakteristik audio visual, televisi juga menjadi wahana hiburan gratis bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang budayanya sangat rendah, itu sebabnya kendati sejarah televisi swasta baru beberapa dekade saja berdiri ketimbang surat kabar atau radio, media televisi di Indonesia berkembang pesat sebagai media massa dan menjadi wahana bisnis bagi pengusaha yang dianggap menggiurkan.

Karena dianggap menguntungkan dari sisi bisnis, banyak pengusaha yang ikut turun ke bisnis televisi ini. Investasi ratusan milyar hingga trilyunan rupiah digelontorkan untuk industri televisi ini. Mereka memiliki keyakinan bahwa bisnis televisi bisa mengembalikan investasi yang ditanam dalam waktu yang relatif singkat.

Para pengusaha media massa ini melihat kue iklan di Indonesia yang pada tahun 2016 saja mencapai angka sekitar Rp 150 trilyun. Dari jumlah itu sekitar 80% diraup oleh stasiun televisi besar di Jakarta yang jumlahnya hanya beberapa buah. Sedangkan stasiun TV lokal di daerah belum bisa menikmati gurihnya kue iklan ini karena berbagai keterbatasan.

Karena itulah, berbagai cara dilakukan agar khalayak menonton acara-acara yang ditampilkan televisi swasta. Dari pagi hingga pagi lagi, berupaya untuk dapat meraih minat khalayak untuk menonton. Semakin banyak penonton akan semakin banyak iklan yang akan diraih. Mereka berupaya menyuguhkan acara di waktu utama (*prime time*) dimana di waktu ini jumlah penonton yang paling banyak sehingga tarif iklannya pun yang termahal. *Prime time* televisi itu berkisar antara pukul 18.00 s.d. 22.00.

Meski demikian, bagi pengelola stasiun TV, menit-ke menit, detik ke detik harus selalu menghasilkan uang, oleh karena itu hampir di

semua jam tayang digunakan strategi untuk bisa meraih jumlah penonton sebagai ladang emas bagi pengelola stasiun TV ini.

Pagi hari termasuk jam siaran yang juga tidak ingin disia-siakan oleh pengelola stasiun TV di Indonesia. Mereka berlomba-lomba membuat acara di pagi hari dengan perhitungan pagi hari adalah saat semua orang bangun dan siap untuk beraktivitas ke tempatnya masing-masing. Pagi hari juga sering diasumsikan dengan pikiran yang jernih dan dingin sehingga siaran religius acapkali disiarkan di pagi hari. Bagi kaum Muslimin, seusai sembahyang Subuh merupakan waktu persiapan sebelum mempersiapkan pemberangkatan ke tempat kegiatan sehari-hari, karena itu acara siaran keagamaan cukup dominan dalam siaran di pagi hari baik di media radio maupun di televisi.

Pagi hari merupakan awal segala aktivitas. Ada yang sibuk siap berangkat atau bekerja di rumah, atau ada pula sebagian yang waktunya agak luang di pagi hari dan mengisinya dengan mencari informasi, membaca surat kabar pagi, mendengar radio atau menyimak acara informasi dari berita televisi.

Di negara-negara Eropa dan Amerika, kebiasaan mempersiapkan diri untuk pergi beraktivitas dilakukan sambil menyimak acara informasi di televisi. Mereka menonton TV sambil menyikat sepatu, beres-beres rumah, mengenakan baju kerja, atau duduk di meja makan sambil sarapan pagi.

Siaran televisi yang melayani para pemirsanya di pagi hari acaranya disebut sebagai *Breakfast Television*, yakni acara televisi yang dikhususkan bagi mereka yang akan mempersiapkan diri untuk berangkat kerja, sekolah, kuliah, atau aktivitas lainnya. Itu sebabnya konten acara yang ditampilkan biasanya adalah aneka informasi terbaru (*news*), ramalan cuaca, berita-berita ringan. Dari acara itu diselipkan informasi ringan dari para tokoh atau selebritis yang menghibur atau *infotainment*.

Ada juga cuplikan hasil pertandingan olahraga tadi malam, bagi para pebisnis ada informasi indeks harga saham, dan bagi yang akan membawa kendaraan ke tempat aktivitas ada informasi lalu lintas, serta sejumlah informasi lainnya yang dianggap penting untuk aktivitas para pemirsanya di rumah. *Breakfast Television* ini sudah berlangsung sejak tahun 1952 yang disiarkan oleh sejumlah stasiun TV di Amerika Serikat. Acara seperti ini juga banyak ditiru oleh sejumlah stasiun TV di negara-negara Eropa dan belakangan di negara lainnya. Disebut *Breakfast Television* karena mengandung arti, ditonton sambil sarapan, atau acara TV di pagi hari itu merupakan ‘sarapan’ informasi bagi khalayaknya. Berdasarkan latar belakang dia atas, tujuan studi atau pengkajian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana ragam siaran televisi pagi hari di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Siaran televisi sejak lama menjadi obyek penelitian dan pengamatan para ilmuwan komunikasi di berbagai belahan dunia. Hal ini disebabkan oleh pengaruh media televisi yang dianggap memiliki pengaruh yang lebih dibanding media massa lainnya.

Shirley Biagi (1990) dalam bukunya “*Media Impact, Update First Edition*” mengungkapkan, semenjak siaran TV berkembang sebagai media massa baru, berbagai penelitian tentang dampak siaran televisi mulai dilakukan sejak tahun 50-an. Hasil sejumlah penelitian tentang siaran televisi menunjukkan ada pengaruh kuat terhadap khalayak.

Tahun 1961 Wilbur Schramm dkk menerbitkan sebuah laporan hasil penelitian berjudul *Television in The lives of Our Children*. Karya ilmiah ini teramat mashur dan merupakan studi utama pertama tentang pengaruh siaran televisi terhadap anak-anak. Schramm dkk meneliti 6.000 orang anak dan 1.500 orangtua, juga para guru dan kepala sekolah. Para peneliti saat ini menemukan bahwa anak-anak berusia 5 tahun, rata-rata menonton televisi selama 2 jam

setiap hari dalam seminggu. Anak 8 tahun menonton rata-rata 3 jam. Juga banyak ditemukan anak usia sekolah dasar dan menengah yang menghabiskan waktunya jauh lebih besar ketimbang waktu untuk sekolah.

Anak-anak menggunakan televisi untuk berfantasi, diversifikasi dan instruksi. Anak-anak yang keranjingan menonton televisi cenderung memiliki masalah relasi yang kurang bagus dengan para orangtuanya. Anak-anak itu menjadi lebih agresif ketimbang anak yang tidak menonton TV.

Siaran kekerasan ternyata telah mempengaruhi sikap dan perilaku anak-anak di Amerika Serikat. Menjelang tahun 1970 muncul sebuah laporan penelitian yang juga menarik banyak kalangan, yakni *Television and Social Behavior* yang merilis tentang tayangan acara kekerasan di televisi juga telah berdampak buruk terhadap sikap dan perilaku anak.

Begitu pun siaran iklan dan pornografi juga berdampak negatif terhadap para pemirsanya. Sebuah laporan penelitian berjudul *Television Advertising to Children*. Anak-anak ternyata banyak menyukai aneka produk jajanan yang diiklankan di televisi padahal makanan tersebut sungguh tidak sehat bagi kesehatan anak. Tahun 1979 anak-anak di AS rata-rata menonton 20.000 tayangan komersial setiap tahunnya. Setiap pekan anak-anak rata-rata menonton acara siaran iklan.

Kuatnya daya tarik televisi dapat dilihat dari frekuensi menonton televisi anak-anak di negara maju. Setiap pekan anak-anak menghabiskan waktu minimal 4 sampai 6 jam perhari. Saking tingginya durasi menonton televisi menyebabkan terjadinya masalah bagi anak-anak seperti mengabaikan aneka tugas bagi anak-anak sehari-hari. Mereka juga menjadi malas belajar, lupa makan, konflik dengan orangtua, serta hal-hal lainnya.

Prof. Mario Garcia (1985) yang menulis buku *Newspaper Design*, mulai awal era 80-an terjadi penurunan minat baca media cetak anak muda di Amerika Serikat. Akibatnya, tiras koran di sana menurun drastis karena turunnya

minat baca ini. Menurut survey yang dilakukan, ternyata penyebabnya adalah kebiasaan menonton televisi. Televisi saat itu dituding telah menurunkan minat baca media massa cetak. Buat apa membaca koran esok pagi kalau berita yang sama sudah bisa ditonton tadi malam. Karena itu, surat kabar dan majalah harus menata reka bentuk perwajahnya yang bisa menarik generasi muda.

Di tengah tudingan siaran televisi dapat mempengaruhi khalayaknya, stasiun TV terus menggulirkan aneka acara yang dianggap bisa menarik perhatian khalayak. Hal ini dilakukan untuk meraih sebanyak mungkin penonton televisi dan tujuan akhirnya adalah meraih iklan sebanyak-banyaknya. Iklan adalah pendatapan utama bagi media elektronik seperti televisi karena TV merupakan media massa yang gratis tanpa bayaran. Oleh karena itu pula menit demi menit bahkan detik demi detik bagi stasiun televisi harus menghasilkan uang dari iklan. Waktu benar-benar adalah uang. Stasiun TV pun tampil dengan siaran 24 jam, termasuk siaran di pagi dan dini hari.

Siaran televisi pagi hari di beberapa negara di Eropa dan AS disebut juga dengan istilah *Breakfast Television* karena biasanya banyak keluarga di sana menonton televisi di waktu sarapan pagi sambil mempersiapkan diri untuk menuju ke berbagai aktivitas masing-masing. Karena ditonton dengan suasana yang tidak terkonsentrasi penuh, maka setiap stasiun TV membuat konten acara di pagi hari dengan sem menarik mungkin.

Berdasarkan pengamatan terhadap 11 stasiun TV di Indonesia yang bersiaran di pagi hari, ternyata siaran yang dianggap menarik itu sudah dimulai sejak pukul 01.00 dinihari sampai pukul 09.00. Sasaran siaran pun bermacam-macam, ada yang ditujukan orang dewasa, remaja dan anak-anak. Ada untuk laki-laki, ada pula siaran untuk kaum perempuan atau ibu rumah tangga.

Begitu pun di luar negeri, *breakfast television* ini juga memiliki target sasaran yang

beragam termasuk membidik penonton anak-anak. Seorang host GMTV di AS bernama Fiona Phillips melarang anak-anaknya untuk menonton televisi di pagi hari. Lebih amannya keluarga dia tidak pernah menyetel TV di pagi hari. Sikap seperti itu berkaitan dengan kekhawatiran dampak negatif siaran televisi terhadap anak-anaknya mengingat pagi hari adalah awal kegiatan setiap orang, karena itu tidak baik menonton TV hanya untuk menghabiskan waktu untuk menonton siaran hiburan. Sebagai gantinya, Fiona menjadikan siaran radio sebagai sumber informasi utama.

XXXXXX dari NHK TV Jepang melakukan penelitian tentang kebiasaan menonton televisi di pagi hari ini. Salah satu hasil pengamatan ini adalah, kebanyakan orang tidak terlalu fokus menonton TV di pagi hari karena semua orang sibuk dengan persiapan berangkat ke tempat aktivitas. Kebanyakan mereka mendengarkan audionya, apa yang dikatakan penyiar atau pembawa acaranya, tanpa melihat gambarnya kecuali jika yang ditampilkan adalah peristiwa besar bersifat hard-news dan bernilai berita tinggi.

METODE PENELITIAN

Penulis melakukan studi atas siaran sejumlah stasiun TV untuk mengetahui siaran apa saja yang disajikan oleh stasiun TV khususnya stasiun TV yang bersiaran secara nasional ke seluruh Indonesia. Obyek pengamatan studi ini adalah acara TV yang disiarkan dari mulai pukul 01.00 sampai 10.00, dari hari Senin sampai Minggu. Sampel waktu pengamatan diambil mulai Senin 23 s.d. 29 Januari 2017.

Tabel 1. Stasiun TV yang Diamati

No	STASIUN	KET
1	Anteve	
2	Global TV	
3	Indosiar	
4	Kompas TV	

5	MetroTV	
6	MNC	
7	RCTI	
8	SCTV	
9	TransTV	
10	Trans7	
11	tvOne	

KET : Karena alasan teknis, NET TV dan TVRI tidak ikut diobservasi

Sebanyak 11 stasiun TV dijadikan sampel studi dengan pertimbangan stasiun tersebut bersiaran secara nasional dan siaran hampir nonstop 24 jam setiap harinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlu ditekankan lagi, yang dimaksud dengan siaran pagi hari ini yaitu, program TV yang disiarkan antara sekitar pukul 04.00 s.d. 09.00, waktu dimana orang-orang siap-siap melakukan aktivitas di pagi hari Berdasarkan selama satu bulan terhadap siaran TV Indonesia selama sepekan pada Januari 2017, ditemukan hal-hal sebagai berikut

Berdasarkan pengamatan, siaran televisi Indonesia di pagi hari ragam siarannya hampir meliputi semua program harian ada di pagi hari, bedanya proporsi durasi serta adanya siaran keagamaan. Namun siaran keagamaan (rohani) ini tidak dominan dibanding acara lainnya.

Berikut ini adalah program siaran dan durasi 11 stasiun TV Indonesia di pagi hari selama sepekan di bulan Januari 2017

Tabel 2. Program Acara dan Durasi 10 Televisi di Pagi Hari

NO	PROGRAM	DURASI
1	Film	179,25
2	Informasi	143,84
3	News	126,23
4	Rohani	56,25
5	Reality	44,03
6	Infotainment	40,15

7	Musik	18,3
8	Sport	16
9	Sinetron	9,9

Ket : Durasi dalam jam

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat program **Film** mendominasi durasi siaran 10 stasiun TV yang bersiaran secara nasional, diikuti masing-masing oleh program *Informasi*, *News* (berita), *Rohani*, *Reality Show*, *Infotainment*, *Musik*, *Sport* dan *Sinetron*. Selama sepekan film durasi film menghabiskan waktu 189, 25 jam, dan yang paling akhir Sinetron 9,9 jam.

Hampir setiap stasiun TV menayangkan acara Film kecuali *MetroTV*, *tvOne* dan *Kompas TV*. Ternyata hampir semua program TV yang biasa ditayangkan pada jam di luar pagi ditayangkan di pagi hari.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengamatan, siaran televisi Indonesia di pagi hari ragam siarannya hampir meliputi semua program harian ada di pagi hari, bedanya proporsi durasi serta adanya siaran keagamaan. Namun siaran keagamaan (rohani) ini tidak dominan dibanding acara lainnya. Hampir setiap stasiun TV menayangkan acara Film kecuali *MetroTV*, *tvOne* dan *Kompas TV*. Ternyata hampir semua program TV yang biasa ditayangkan pada jam di luar pagi ditayangkan di pagi hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Biagi, Shirley, 1990, *Media Impact, Update First Edition*, Wadsworth Inc, California
- Garcia, Mario, 1985, *The Newspaper Design, Functional Approach*, Syracuse University Press, California
- Hidayat, Komarudin, *Hari Ini Harus Lebih Baik dari Hari Kemarin*, 2013, Artikel, *HU Pikiran Rakyat*, Bandung, edidi 28 November 2013.