BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1.1 Sejarah dan Perkembangan STV Bandung

STV Bandung merupakan stasiun televisi lokal di Jawa Barat yang sebagian besar mempekerjakan sumber daya manusia lokal dan sepenuhnya di dukung oleh Manajemen Prima Entertainment. Mengorientasikan kepada program-program tayangan keluarga dan memulai tayangan perdananya pada tanggal 23 February 2005 pukul 17.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB. Namun saat ini, setelah mengalami perkembangan luar biasa yaitu antusiasnya konsumen atau masyarakat terhadap program-program yang ditayangkan STV Bandung, maka STV Bandung memulai memperpanjang jam tayangnya dari pukul 09.00 WIB sampai dengan tengah malam yaitu pukul 00.00 WIB. Berada di frekuensi UHF Band di saluran 34 dengan kekuatan 5 Kw.

STV memiliki wilayah penyiaran di Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Cianjur, sebagian Majalengka, Sumedang, Tasikmalaya, Subang, Garut, dan Sukabumi. Sebagai televisi lokal, STV Bandung sangat peduli dengan berbagai perkembangan di wilayah Jawa Barat sesuai dengan visi STV Bandung yaitu mengangkat dan menyuarakan kepentingan rakyat Jawa Barat. STV Bandung akan tampil sebagai stasiun televisi dalam arti yang sesungguhnya. Sedikitnya 80% program STV Bandung akan mengudara selama 5 jam dan mengandalkan materi dan potensi lokal sebagai isi siaran, baik dalam hal pendidikan, hiburan, maupun pemberitaan.

STV Bandung menyakini bahwa televisi lokal akan mendapat respon yang baik dari masyarakat Jawa Barat karena bagaimanapun juga masyarakat Jawa Barat membutuhkan tuntunan dan tontonan yang memadai dan bersumber sesuai dengan kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya Jawa Barat. Oleh karena itu STV Bandung mengandalkan kekuatan lokalitas dari segementasi dan isi siaran programnya. Segmentasinya berorientasi pada keluarga di wilayah Jawa Barat, sedangkan target penontonnya adalah usia produktif yang berpotensial. STV Bandung menyajikan produk yang berbeda, kreatif, di wilayah Bandung Raya dibandingkan pesaing televisi lokal lainnya.

3.1.2 Profil STV Bandung

Sunda Televisi merupakan buah kreativitas dari Prima Entertainment yang berada dibawah naungan PT Pasundan Utama Televisi dan berdiri pada tahun 2005. Memposisikan sebagai televisi lokal di Jawa Barat yang berfokus pada seni budaya Sunda pada khususnya dan kebudayaan di Jawa pada umumnya. Pemilihan wilayah Jawa Barat sebagai wilayah penyiaran STV adalah dengan mempertimbangkan bahwa Jawa Barat merupakan wilayah yang penduduknya lebih padat dibandingkan dengan wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur.

3.1.3 Nilai-Nilai Luhur

”One Tune Hade” dan ”Bandung Berseuri” merupakan dua moto yang secara umum disebarluaskan kepada semua audience sebagai kata kunci yang menunjukan jati diri STV.

3.1.4 Visi dan Misi STV Bandung

- Visi

  Visi dari STV adalah sebagai satu-satunya menjadi sumber inspirasi, informasi dan hiburan bagi anak-anak, anak muda, dan keluarga yang mengerti serta memahami keinginan dan kebutuhan pemirsa yang sekaligus menjadi media terefektif bagi agencies dan pemasang iklan

- Misi

  1. Membangun dan mengembangkan Industri Televisi Lokal yang sehat dan berdaya guna bagi pembangunan Jawa Barat.
  2. Memberikan informasi, pendidikan dan hiburan yang sesuai dengan karakter dan kondisi sosial, ekonomi, budaya dan politik masyarakat Jawa Barat, sehingga dapat mendorong terciptanya masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta beriman dan bertaqwa.
  3. Membangun dan membina Sumber Daya Manusia bidang pertelevisian yang berkualitas dan bertanggung jawab.
  4. Mendorong dan Memotivasi masyarakat untuk berperan aktif dalam pembangunan Jawa Barat menjadi propinsi yang aman dan termaju.
  5. Menggali dan mengangkat berbagai potensi daerah Jawa Barat sebagai materi utama Siaran.

3.1.5 Tujuan STV Bandung

Tujuan STV di dalam industri *broadcast* Jawa Barat diantaranya adalah :

1. *To be a Well Established Regional Terrestrial TV Broadcaster*
2. *To gain Faithful & Dedicated audience*
3. *To be the Best Channel to advertise your product*
4. *Creating New Attitude for Bandung Youngster & make the city more bright full*

3.1.6 Sejarah Divisi Produksi STV Bandung

Format acara yang dimiliki STV beragam, hal ini dipengaruhi oleh audience STV Bandung yang beragam, mulai dari anak kecil, remaja sampai orang dewasa. Untuk program acara STV Bandung kebanyakan program *in house production*.

Divisi produksi ini lebih menekankan kepada pembuatan serta mengemas sebuah program acara, yang informatif serta edukatif, tetapi dikemas dengan sisi *entertaintment* yang lebih menonjol, penayangan program acara yang dibuat oleh divisi produksi sendiri setiap minggu. Dalam sebuah program acara yang dibuat oleh divisi produksi kebanyakan program in house (di produksi sendiri) tetapi ada juga yang merupakan support dari production house (PH).

3.1.7 Isi dan Program di STV

Presentase program STV Bandung dalam penyampaian informasi adalah sebesar 20%, sedangkan untuk sumbangan program pendidikan adalah sebesar 15%, program hiburan sebesar 60% dan program lainnya adalah sebesar 5%. Beberapa format acara yang ditayangkan di STV Bandung meliputi acara :

Setelah lima tahun lebih memberikan warna dalam indutri pertelevisian lokal di Indonesia, STV Bandung seantiasa memberikan sajian-sajian program yang berkualitas dengan membidik pasar segmentasi yang bersifat kekeluargaan, diantaranya adalaah sebagai berikut:

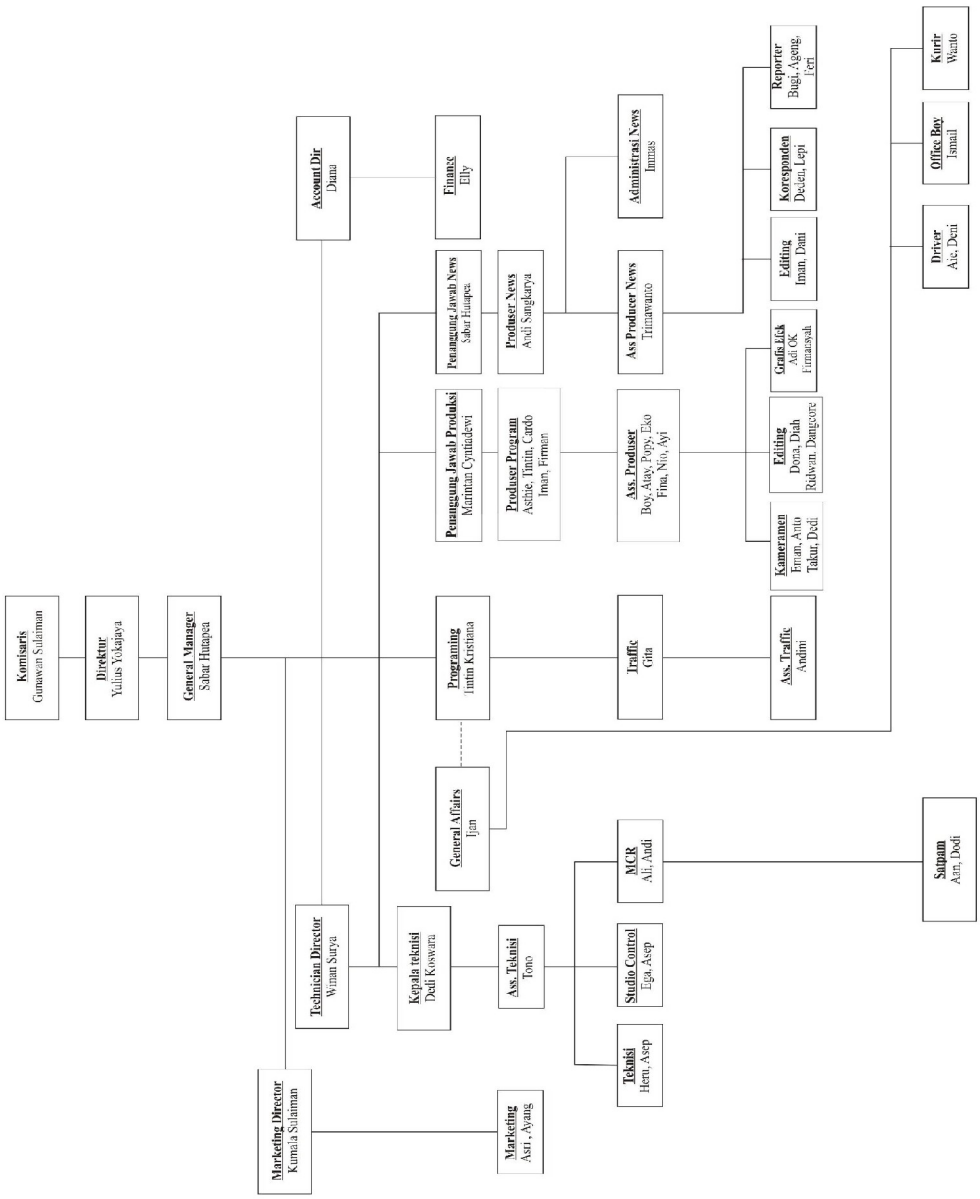
1. Musik
2. Kuliner
3. Komedi
4. Megazine Show
5. Gossip Show
6. Mindless Fun
7. Permainan
8. Berita Lokal
9. Independen Movies
10. TV Series and Cinema
11. Program Anak-anak
12. Dan Lain-lain

3.1.8 Struktur Organisasi STV Bandung

Untuk memperoleh gambaran yang nyata mengenai wewenang, pembagian tugas, dan tangung jawab kepada masing-masing jabatan yang ada serta kerjasama antara atasan dan bawahan didalam suatu perusahaan yang disesuaikan dengan keadaan dan perkembangan perusahaan ini mempunyai pengaruh penting karena suatu garis wewenang dan tanggung jawab yang nyata akan menghasilkan garis kerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

Gambar 1.1

Struktur Organisasi STV



(Sumber : PT. Pasundan Utama Televisi (STV) Bandung, Tahun 20010)

3.1.9 Job Description STV Bandung

a. Pengarah Acara (Program Director)

   Bertanggungjawab terhadap hasil produksi sebuah program acara.

b. Pimpinan Produksi (Producer)

   Seseorang yang bertugas mengepalai sebuah produksi, baik di bidang artistik, lighting, dan lain-lain serta mengkoordinir dan mengawasi semua faset-faset produksi. Selain itu, produser juga berfungsi menyiapkan program acara siaran dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan faktor ekonomi (keuntungan).

c. Penata Artistic (Art Director)

   Orang yang bertanggung jawab terhadap desain kreatif (artistik) dari program materi tayangan berupa desain set, set lokasi, art grafis, program ID, title yang sesuai dengan pendekatan artistik

d. Pimpinan Teknik (Technical Director)

   Orang yang bertanggung jawab dalam mempersiapkan dan menyetel semua perlatan yang digunakan, supaya alat yang satu dengan yang lainya bisa singkron, bertugas mengawasi crew teknis dan peralatan teknis lainnya

e. Penata Kamera (Cameraman)

   Orang yang bertanggung jawab dan membantu sutradara dalam menterjemahkan skenario kedalam bahasa visual agar tercapai hasil yang sesuai dengan konsep desain produksi. Selain itu, sebagi perekam unsur

visual dengan cine camera baik magnetik maupun elektronik, serta bertanggung jawab atas kualitas teknik, artistik dari rekaman tersebut.

f. Penata Suara (Audioman)

Orang yang bertanggung jawab terhadap kualitas audio dan scoring music pada setiap program acara.

g. Para Pemeran (Performers)

Orang yang menjadi pengisi acara dalam suatu proses produksi dan juga salah satu yang menentukan suksesnya suatu program yang dapat dinikmati penonton.

3.1.10 Head Officer dan Studio STV Bandung

STV Bandung memiliki kantor dan studio di lokasi yang sama, yaitu berada di Setrasari Mall Blok B-4 No. 68 Bandung, serta memiliki kantor pemasaran di Jakarta. Sedangkan wilayah pemasaran STV Bandung di Jawa Barat dibagi menjadi empat bagian, diantaranya adalah untuk wilayah bagian utara meliputi daerah Lembang dan dan sebagian wilayah Subang, wilayah bagian selatan meliputi Soreang, Ciwidey, Dayeuh Kolot,, Pameungpeuk, Pangalengan, wilayah bagian barat meliputi Cimahi, Cianjur sebagian Sukabumi, Batujajar, Padalarang, sedangkan untuk wilayah timur meliputi daerah Tasikmalaya, Ciparay, Cicalengka, Majalaya, sebagian Majalengka dan Sumedang.

3.1.11 Sarana dan Prasarana

Peralatan bidang produksi bertempat di Setrasari Mall B-4 No. 68 Bandung. Berikut Tabel Peralatan pendukung Bidang Produksi

Tabel 1.5
Sarana dan Prasarana STV Bandung

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Kondisi
1	Komputer	20 Unit	Baik dan terhubung dengan Internet
2	Meja Rapat	2 Buah	Baik dan Bersih
3	Meja Kerja	30	Baik dan Bersih
4	Kursi	50	Baik dan bersih
5	Kamera Foto	4	Baik dan Single Lens Reflex (SLR)
6	Kamera Film	12	Baik
7	Televisi	10	Baik
8	White Board	2	Baik dan Bersih
9	Telepon	8	Baik dan Bersih
10	Faksimili	3	Baik dan Bersih
11	Dispenser	2	Baik dan Bersih
12	Mobil Operasional	4	Baik
13	Motor Operasional	2	Baik
14	Dapur Bersih	1	Baik dan Bersih
15	Kamar mandi	4	Baik dan Bersih
16	Kursi Penerima Tamu	12	Baik dan Bersih

(Sumber :* STV Bandung, Tahun 2010*)

3.1.12 Logo STV

Seperti kita ketahui semua perusahaan, organisasi ataupun lembaga pasti mempunyai sebuah logo yang mencerminkan dan membedakan dengan yang lain. Begitu juga dengan STV Bandung, STV Bandung mempunyai sebuah logo yang membedakan dengan televise-televisi local yang ada di Bandung. Berikut ini adalah logo dari STV dapat dilihat dalam gambar 1.2 berikut ini:

Gambar 1.2

Logo STV



Sumber : arsip STV

Logo di atas menggambarkan ciri khas dari STV, lambang warna biru membentuk seperti oval di tambah dengan huruf “S” yang terbalik membuat khas icon STV sendiri. Mengapa di ambil warna biru, karena biru melambangkan kesejukan, disini STV ingin menyejukan para penontonnya dengan sajian-sajian yang di suguhkan. Sedangkan huruf “S” pada tulisan STV berwarna merah yang artinya STV harus tetap semangat

memberikan informasi kepada penonton yang ada di Jawa Barat. Warna hijau pada huruf “T” maksudnya adalah mengenai Jawa Barat itu sendiri, bersih, hijau, berbunga. Jadi, secara keseluruhan logo STV itu dapat diartikan mampu memberikan tontonan yang berwawasan, teraktual, dan tidak melupakan budaya di Jawa Barat.

3.2 Program *Persib Aing*

Persib Aing merupakan program tayangan dengan sumber informasi utama seputar Persib dan perkembangan persepakbolaan di Bandung, sesuai dengan judulnya “*Persib Aing*” yang berarti adanya rasa memiliki terhadap Persib, maka program ini selalu menyesuaikan dengan kebutuhan informasi dari para “Bobotoh” atau masyarakat pecinta Persib itu sendiri dengan selalu mengikuti setiap saat perjalanan Persib baik itu dari sisi teknis TIM, hasil pertandingan, latihan tim, informasi klasemen liga, prediksi pertandingan dan yang lainnya. Selain itu juga informasi dari sisi non teknis dari Persib seperti gosip pemain, perilaku dan kegiatan bobotoh, profil pemain, profil bobotoh, bincang-bincang mantan pemain, dan lain-lain.

Persib Aing menggabungkan informasi dan entertainment menjadi satu kesatuan yang dinamis yang lebih mendekatkan diri dengan para pemirsa yaitu dengan adanya segmen kuis interaktif (live on air)dengan frekuensi tayang selama 2 segmen dalam satu episodenya. Pada segmen yang lain keikutsertaan masyarakat dalam program ini juga begitu kental dengan adanya produksi dilapangan yang melibatkan langsung audience.

Profil Program *Persib Aing*

Berikut adalah profil singkat mengenai program tayangan *Persib Aing* yang ditayangkan di STV Bandung:

Nama Program : Persib Aing *(Baca: Persib Saya)*

Tagline Program : Persib Aing *Aing Pisan (Baca: Persib Gue Banget)*

Format Program : Magazine Show

Jenis Program : Sportainment

Durasi : 48 ‘ (4 Segmen Body Program, 2 Segmen Live Interaktif Quiz)

Target Audience : M/F, B, C, D (15 – 45 Thn)

Target Sponsor : Produsen Peralatan Olah Raga, Minuman Suplemen, Produk Rokok, Produk Makanan & Minuman Ringan, Operator Seluler, Clothing.

Frekuensi On Air : 1 X 1 Minggu

Hari / Jam Tayang : Jumat / 21.00 s.d. 22.00

Eksekutif Produser **:** Nova Anggraeni

Produser : Ridwan Setiawan

***Asst.* Produser** **:** Eko Maung

Editor : Risky Aswendi

Grafis : Firman F.I.

Kameraman : Suhud

Host : Ebith Beat A, Ayi Beutik (Mr. Yi), Yana (Mr.Y), Eko Maung

Rundown Program *Persib Aing*
Segmen 1 : Nuanyar

Segmen nu anyar merupakan segmen yang berisi berita terbaru dalam sepekan tentang kegiatan dan perkembangan PERSIB baik itu dalam sisi teknis (Hasil pertandingan, latihan, rutinitas tim,dll) maupun informasi non teknis (gosip datangnya pemain baru, konflik tim, permasalahan dana, komposisi baru pemain, dll)

Segmen 2 : Jongko Persib (Quiz Interactive 1)

Dalam jongko Persib terdapat beberapa content segmen diantaranya :

- Kuis Live Interaktif
- Pernak-pernik
- Saran & Kritikan Telepon Interaktif dan SMS

Jongko Persib merupakan kuis interaktif Live yang berdurasi 7 – 12 menit pada satu segmennya, pada segmen ini penonton bisa menyampaikan saran dan kritikan secara langsung via sambungan telepon maupun SMS yang dikirim setiap minggunya. Selain itu juga terdapat hadiah menarik untuk setiap kuis yang diberikan oleh Host. Pada Segmen ini juga pemirsa bisa mengirimkan hasil kreasinya yang diberi nama “ Pernak-Pernik” yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan Persib.

Segmen 3 : Bincang-bincang / Profil Pemain (Random dalam setiap episodenya)

Bincang-bincang merupakan segmen dialog seputar perkembangan Persib dengan ahli atau tokoh yang kompeten dengan tema yang diangkat pada setiap

episodenya, ataupun dialog ringan dengan para mantan pemain Persib, mantan pengurus Persib, dll.

Profil Pemain mengangkat profil dari setiap pemain Persib dari posisinya sebagai pemain sepak bola sampai kehidupannya diluar sepakbola serta sisi lain yang menarik dari dunianya.

Segmen 4 : Pernak-Pernik, Ceuk Bobotoh (random setiap episodenya)

Pernak pernik merupakan salah satu segmen yang lebih mengangkat sisi non teknis dari perjalanan tim Persib dari berbagai sudut pandang seperti perilaku bobotoh, suasana lain didalam stadion, pemburuan tandatangan bobotoh, perjalanan tim pada pertandingan tandang, kolektor baju Persib, dll.

Ceuk Bobotoh (kata bobotoh) adalah segmen yang mengangkat luapan saran, unek-unek, curhatan dan kritikan dari para bobotoh terhadap komponen yang telibat dalam perjalanan tim Persib sesuai dengan kondisi yang ada (insidental) contohnya adanya pergantian Pelatih, rencana pembangunan stadion, tentang perilaku bobotoh, prediksi hasil pertandingan, komentar hasil pertandingan, dll.

Segmen 7 : Jongko Persib (Quiz Interactive 1)

Segmen 6 : Man Of The Match / Persib Room

Man of The Match adalah segmen ringan yang lebih melibatkan pemirsa langsung (Produksi Outdoor) yaitu pencarian pemain terbaik dari satu tempat pertandingan sepakbola tidak resmi dipenjuru kota Bandung dan sekitarnya , tim Persib Aing mengunjungi langsung lapangan-lapangan yang biasa dijadikan ajang latihan atau pertandingan sepak bola termasuk tempat-tempat unik seperti kolong

jembatan, disungai yang kering, sepak bola ibu-ibu, dll. Dalam pemilihan Man of The Match ini melibatkan pihak sponsor untuk paket hadiah yang diberikan kepada pemenangnya. Pada segmen ini juga terdapat game-game menarik yang melibatkan orang-orang yang berada disekitar lokasi seperti lomba jugling, lomba adu finalti, lomba heading ball dll.

Persib Room adalah segmen yang menampilkan ruangan (kamar, rumah, base camp) yang unik dari para bobotoh dan masyarakat diseputaran Bandung dan sekitarnya yang berisikan segala sesuatu mengenai Persib, yang diekspresikan melalui media ruang yang ada salah satunya contohnya didalam Kamar Tidur. Kunjungan tim Persib Aing ke lokasi berdasarkan informasi yang dikirimkan oleh pemirsa ke alamat redaksi melalui surat, SMS, ataupun telepon langsung. Persib Room ini bertujuan mengangkat salah satu bentuk ekspresi Masyarakat karena kecintaannya terhadap Tim Persib Bandung.

Gambar 1.3

Logo Persib Aing



(Sumber : STV Bandung, 2010)

3.3 VIKING PERSIB CLUB

3.3.1 Sejarah VIKING

Melihat rangkaian sejarah kelompok suporter Persib Bandung Viking Persib Club, memang tidak akan lepas dari perjalanan Persib Bandung itu sendiri dalam mengarungi samudra kompetisi perserikatan maupun Liga Indonesia, berawal dari perjalanan sang *"Maung Bandung"* yang begitu membanggakan dan menggetarkan dunia persepakbolaan nasional, khususnya pada decade tahun 1985 sampai pada tahun 1995. saat itu, Persib Bandung telah mampu memberikan sebuah kebanggaan bagi warga Kota Bandung dan masyarakat Jawa Barat,

khususnya bagi pecinta fanatik Persib Bandung, ketika beberapa kali secara berturut-turut Persib Bandung mampu tampil di final Piala Presiden (Perserikatan kala itu), dan tiga kali diantaranya mampu tampil sebagai "*kampion*" kemudian dilanjutkan dengan merebut gelar juara pada kompetisi format baru, yaitu Liga Indonesia I, semua prestasi tersebut tentu saja telah menjadikan Persib Bandung bak *legenda* bagi dunia persepakbolaan Nasional.

Totalitas yang telah diberikan oleh Persib Bandung kala itu dijawab kembali dengan totalitas oleh sekelompok pendukung Persib Bandung, kemudian membentuk sebuah komunitas yang sangat militan dan memberikan segala letupan emosional mereka hanya untuk "*sang idola*" Persib Bandung. Justru dari sinilah kemudian terbentuk sebuah '*Cilkal Bakal*' dari adanya kelompok suporter / fans club sepak bola, khususnya di Kota Bandung.

Dari seringnya pertemuan diantara mereka ketika memberikan dukungan kepada Persib Bandung, kemudian terjadilah sebuah kesepakatan bersama untuk mendirikan sebuah kelompok suporter Persib Bandung yang akan menjadi wadah dalam menyatukan rasa cinta dan *fanatisme* terhadap Persib Bandung.

Tepatnya pada tanggal 17 Juli 1993, di sebuah rumah bambu di Jalan Kancra No 34 Buah Batu Bandung, beberapa pioner-pioner suporter Persib Bandung mengadakan suatu pertemuan untuk membentuk sebuah wadah bagi kesamaan cintanya untuk Persib Bandung. Melalui beberapa kali perdebatan, akhirnya tercapailah suatu kesepakatan dan komitmen yang merupakan sebuah janji moral untuk selalu menjungjung kehormatan Persib Bandung *dimanapun*,

kapanpun dan *dengan segala cara apapun*. Menyadari hal tersebut, maka terwujudlah keinginan tersebut dengan melahirkan VIKING PERSIB CLUB.

Nama Viking diambil dari nama sebuah suku bangsa yang mendiami kawasan Skandinavia di Eropa Utara, suku bangsa tersebut terkenal memiliki *karakter yang keras, gigih, solid, militan, patriotis, berani, tidak kenal menyerah dan berjiwa penakluk serta senang berpetualang*, semangat dan karakter seperti itu yang dicoba untuk mendasari semangat dan karakter para bobotoh Persib, karena dengan semangat dan karakter seperti totalitas dari bobotoh Persib Bandung akan terus berkobar selamanya, dan itu diperlukan adalam menjaga kehormatan Persib Bandung.

Saat ini Viking Persib Club mengalami perkembangan yang cukup pesat, dari awalnya yang hanya terdiri dari beberapa orang, kini Viking telah memiliki massa yang sangat besar, yakni sekitar 30.000 orang anggota dan itu tersebar dipelosok Kota Bandung dan Jawa Barat serta bahkan tersebar sampai keluar Jawa Barat. Viking Persib Club adalah *keluarga besar* dan layaknya sebuah keluarga, *keberagaman sikap, prilaku dan pikiran* adalah merupakan hal yang lumrah, dan Viking akan selalu mengakomodir keberagaman tersebut.

Jumlah keanggotaan Viking yang semakin besar jelas perlu diatur secra professional agar jumlah keanggotaan tersebut dapat diukur dan dipertanggung jawabkan, baik itu pendataanya maupun manajemennya, disamping itu perlu juga menerapkan Fungsi Kontrol dalam mengatasi segala permasalahan anggota, namun diluar semua itu, tetap ciri dan karakter Viking tidak akan hilang oleh semua formalitas tadi. Viking haruslah bercirikan kedekatan yang tulus antar

anggota, dan berkarakter sebagai keluarga dan kedua hal tersebutlah yang menjadi roh yang menjaga Viking Persib Club tetap hidup, bahkan untuk selamanya.

Dari semuanya hanya ada satu tujuan Viking, yaitu : hanya untuk lahir, tumbuh dan mati, tetapi Viking akan berusaha untuk memberikan sesuatu bagi Kota Bandung khusunya dan Jawa Barat pada umumnya dengan jalan memberikan dukungan yang tidak akan terhenti bagi Persib Bandung selaku team kebanggan masyarakat Bandung dan Jawa Barat, karena hanya itulah yang dapat kami berikan dengan kapasitas kami sebagai sebuah kelompok suporter.