

ANALISIS CHANNEL IDENTITY
STUDI KASUS SPOT CHANNEL IDENTITY
MTV (MUSIC TELEVISION)



SKRIPSI

Oleh:

Aji Windu Viatra

TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006

ANALISIS CHANNEL IDENTITY

STUDI KASUS SPOT CHANNEL IDENTITY MTV (MUSIC TELEVISION)



SKRIPSI



Oleh:

Aji Windu Viatra

NIM: 9911098023

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

ANALISIS CHANNEL IDENTITY

STUDI KASUS SPOT CHANNEL IDENTITY MTV (MUSIC TELEVISION)



SKRIPSI

Oleh:

Aji Windu Viatra

NIM: 9911098023

**TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA S-1 DALAM BIDANG
DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
2006**

Tugas akhir skripsi berjudul: Analisis Channel Identity, diajukan oleh nama: Aji Windu Viatra, Nim: 9911098023, Program studi: S-1, Jurusan Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertahankan di depan tim penguji tugas akhir pada tanggal 4 Februari 2006 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Drs. M. Umar Hadi, M.S.
NIP: 131474284

Pembimbing II



Drs. Baskoro Suryo Banindro
NIP: 131996632

Cognate



Drs. Arif Agung Suwasono, M.S.
NIP: 132016187

Ketua Prodi Disain Komunikasi Visual



Drs. Lasiman, M.Sn.
NIP: 131773135

Yogyakarta, 4 Februari 2006
Ketua Jurusan Disain



Drs. Ant. Hendro Purwoko
NIP: 131284654



Dekan FSR

Drs. Sukarman
NIP: 130521245



Karya Persembahan untuk:

Ayahanda, H.M. Widik Mustafa

Ibunda, Hj. Kartijah

Adinda, Willy Kurnia, Wijaya Satria,

Wandi Marselly, dan Wahyu Permana.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Segala sesuatu takkan dapat dicapai jika tanpa dicoba dengan penuh keyakinan dan tekad yang gigih, serta doa yang mengiringi dan kembali kepada-Nya yang menentukan, puji syukur sepanjang masa atas apa yang telah dilimpahkan dan dirahmati-Nya. Skripsi ini sebagai sebuah karya penulisan ilmiah, dalam pembahasannya yang memiliki hubungan erat dengan Disain Komunikasi Visual dan dunia pertelevisian, secara analisis deskriptif telah dijabarkan dengan berdasarkan data-data yang ada dan narasumber yang dapat dipercaya.

Skripsi yang bertemakan “Analisis Channel Identity, studi kasus spot channel identiy MTV (Music Television)” ini, mengungkapkan hubungan antara Disain komunikasi Visual dan televisi, yang mana sebuah stasiun televisi memerlukan iklan yang berbeda dengan perusahaan komersil lainnya. Stasiun televisi menggunakan channel identity sebagai identitas perusahaan yang dapat menunjang kelangsungan perusahaan di era sekarang dan dimasa yang akan datang. Pihak pengelola televisi menyadari kehadiran disain grafis telah memberikan kontribusi besar kebutuhan grafis televisi dalam penyiaran televisi sehingga menghasilkan siaran menarik dan baik. MTV (Music Television) merupakan obyek penelitian dalam penulisan skripsi ini, MTV sebuah stasiun televisi dengan program-program musik universalnya telah menjadi brand yang mengglobalisasi dunia hingga berubah menjadi sebuah trend gaya hidup

masyarakat disegala penjuru dunia. Channel identity MTV mempunyai ciri khas unik dan menarik sebagai salah satu alasan mengapa MTV ditampilkan dalam skripsi ini, dengan gaya grafis alternatifnya MTV melakukan pendekatan secara *local culture* terhadap masyarakat sebagai konsumen atau pemirsanya. Pengungkapan makna yang terkandung dalam channel identity MTV merupakan sebuah bahasan cukup impresif dalam skripsi ini, dengan elemen visual yang ditampilkan memiliki makna secara simbolik serta pesan-pesan bahkan menyentuh perasaan dalam jiwa manusia. Pembahasan dan penulisan skripsi ini semoga dapat menjadi teman perjalanan untuk menungkapkan makna-makna channel identity lainnya dan karya-karya disain grafis yang tak pernah habis dimakan jaman.

Penulisan skripsi ini tidak bisa terselesaikan dengan baik manakala tidak mendapat dorongan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Prof. Dr. I Made Bandem, Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Drs. Sukarman, Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Drs. Ant. Hendro Purwoko, Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Drs. Lasiman, M.Sn. Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Drs. H. M. Umar Hadi, M.S. Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan keluarga. Segala hormat dan terima kasih atas dukungan, arahan dan

kebebasan berkreasi untuk karya yang memiliki tanggungjawab serta nilai mulia.

- Drs. Baskoro Suryo Banindro, Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan keluarga. Suasana senja selalu menemani telah diberikan untuk semangat, bimbingan, dan komunikasi yang menghasilkan pemikiran baru terus berlanjut telah diberikan untuk karya terbaik, terima kasih besar dan tiada akhir untuk mengucapkannya.
- Para Dosen staf pengajar Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Para staf karyawan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah membantu dan memberikan informasi serta kemudahan dalam perjalanan penelitian ini.
- Komplikasi 99' untuk waktu yang panjang diantara kita dalam menghabiskan materi demi tujuan bersama yang terindah. Para pejuang-pejuang segala bagian waktu Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Keluarga besar H. Mustafa. Beberapa sisi kehidupan ada diantara keluarga yang penuh dengan cerita menarik dan ikatan hati tak pernah putus.
- Kehadiran orang-orang yang menemani, melengkapi pertumbuhan di sekitar lingkungan dan pemandangan penuh warna yang mengagumkan diantara. Kel. Anjar, Kel. Toto, Kel. Pade' Yu, Kel. H. Sunardja, Kel. Masysuri. Kel. Asdella May setiaji telah memberikan tempat ternyaman. Kel. Besar Join Ricko Maulana, dengan usahanya tak kenal lelah dan kita mungkin akan berubah namun masih tetap ada kenangan hebat seperti dulu. Heru Tatto.

Warga Griya Ringin Asri ; Ari Roda, Pedro, Alex, Bogie, Jacko Samina, Bim-bim, Kobies. “Brokeline” sisi nikmatnya dunia. Sanggar Caping: Allatief (Sharing banget), Nino, Anto’, Edi, Patub, Agus, Lili’, Bayu, Kampret, Budeng, Wawan. Achong dengan Taring Padi. Eman dan adhit...Adhit...Eman, Ueehhk!. Dea, Ririe dan Thiti. GM54. Mba Deby (PR MTV Indonesia), suara yang termanis selalu terdengar darimu. Eks Dj Cuwie. Kel. Besar Lowanu; Lock 96 (Dede, Butet, Andi, Kiki), Region 20a; Bram “Badrun”, Joko “As”, Rahmat, Edi, Donnie. Para atlit PS2 di segala penjuru dunia dan Ayu Shinta Maharani. Dan untuk nama-nama besar yang belum bisa disertakan dalam lembaran kecil ini terima kasih atas bagian waktu kalian serta kata terindah dari kita; aku sayang kalian semua....

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi keilmuan, bahasa dan mungkin juga cara penyajiannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran sehingga penulisan skripsi ini lebih sempurna. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan nilai guna yang bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan kalangan akademis pada khususnya.

Yogyakarta, 4 Januari 2006

Penulis

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Pengesahan.....	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Bagan.....	xiv
BAB I. Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang.....	4
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Ruang Lingkup Penelitian	14
E. Obyek Penelitian.....	15
a. Sejarah MTV	15
b. Tahap-tahap Perkembangan MTV	17
c. Munculnya VH1	18
d. Kritikan untuk MTV.....	20
e. MTV Masuk ke Asia	21
BAB II. Landasan Teori Dan Kerangka Penelitian.....	26
A. Pembahasan Teori	26
1. Tentang Iklan.....	26
a. Pengertian Iklan.....	26
b. Perkembangan Iklan.....	27

c. Jenis-jenis Iklan	31
d. Tujuan Iklan	34
e. Fungsi Periklanan	35
2. Tentang Logo	36
a. Pengertian Logo.....	36
b. Fungsi dan Tujuan Logo.....	38
c. Jenis-jenis Logo.....	41
d. Kriteria Logo	45
e. Tipografi	46
3. Tentang Desain Komunikasi Visual.....	50
a. Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual.....	50
b. Prinsip Dasar Desain Komunikasi Visual Dalam Tata Letak ...	62
B. Kerangka Pemikiran	64
a. Tentang Televisi Grafis	64
a). Sejarah Televisi Grafis.....	64
b). Pelopor Desain Grafis di Televisi	65
c). Kontribusi Desain Grafis Dalam Televisi	69
b. Tentang Channel identity	78
a) Pengertian Channel identity	78
c) Prinsip Dasar Perancangan Channel identity	82
b) Perkembangan Channel identity.....	91
C. Penyajian Obyek Penelitian.....	95
a. Logo MTV di beberapa negara.....	95

b. Channel identity MTV.....	96
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	102
A. Metode Penelitian.....	102
1. Metode Pengumpulan Data	102
2. Metode Deskriptif Analisis Data.....	105
3. Metode Laporan Penelitian	106
B. Semiotika Visual.....	107
BAB IV. ANALISA DATA.....	112
A. Analisis Obyek Penelitian	112
B. Bahasan Obyek Penelitian.....	120
1. MTV China.....	122
2. MTV Rusia.....	124
3. MTV United Kingdom	126
4. MTV Jepang.....	127
5. MTV India.....	129
1. Channel identity “MTV Indonesia”	131
2. Channel Identity “Sumo vs Wrestling”	145
3. Channel identity “Tari Saman”	161
C. Matrikulasi.....	180
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	193
A. Kesimpulan.....	193
B. Saran	197
DAFTAR PUSTAKA.....	199

DAFTAR GAMBAR

- Gambar A.1. Channel identity MTV versi “Burung”	8
- Gambar A.2. Logo-logo MTV (Music Television).....	12
- Gambar E.a.1. Logo MTV (Music Television).....	16
- Gambar E.b.2. Program acara MTV “Beavis and Butthead”	18
- Gambar E.c.3. Logo Video Hits (VH1)	18
- Gambar E.d.4. Logo MTV Indonesia.....	25
- Gambar b.c).a.1. Title acara MTV “Non Stop Hits”	73
- Gambar b.c).b.2. Ilustrasi isi program acara MTV “Motoalert”	74
- Gambar b.c).c.3. Desain dan promosi produk program acara MTV, Sponsorship “Motorola”	74
- Gambar b.c).d.4. Channel identity TV Globo, Brazil	76
- Gambar b.c).e.5. Desain grafis pendukung dalam studio televisi.....	77
- Gambar c.a).6. Channel identity stasiun televisi Channel 4.....	92
- Gambar c.a.7. Logo MTV di beberapa negara.....	95
- Gambar c.b.1.8. Channel identity MTV versi “MTV Indonesia”	97
- Gambar c.b.2.9. Channel identity MTV versi “Sumo vs Wrestling”	99
- Gambar c.b.3.10 Channel identity MTV versi “Tari Saman”	101
- Gambar B.1. Logo MTV China	122
- Gambar B.2. Logo MTV Rusia.....	124
- Gambar B.3. Logo MTV United Kingdom	126
- Gambar B.4. Logo MTV Jepang.....	127
- Gambar B.5. Logo MTV India.....	129

- Gambar B.1.a.6. Elemen visual utama Channel identity MTV “MTV Indonesia”, ornamen.....	133
- Gambar B.1.b.7. Elemen visual utama Channel identity MTV “MTV Indonesia”, Groub band Indie.....	140
- Gambar B.1.c.8. Elemen visual utama Channel identity MTV “MTV Indonesia”, Logo MTV.....	144
- Gambar B.2.a.9 Elemen visual utama Channel identity MTV “Sumo vs Wrestling”, Kota Jepang	146
- Gambar B.2.b.10. Elemen visual utama Channel identity MTV “Sumo vs Wrestling”, Pizza.....	149
- Gambar B.2.c.11. Elemen visual utama Channel identity MTV “Sumo vs Wrestling”, Pegulat Sumo	152
- Gambar B.2.d.12. Elemen visual utama Channel identity MTV “Sumo vs Wrestling”, Logo MTV	154
- Gambar B.2.e.13. Elemen visual utama Channel identity MTV “Sumo vs Wrestling”, Pertarungan Sumo versus Wrestling.....	157
- Gambar B.3.a.14. Elemen visual utama Channel identity MTV “Tari Saman”, Tari Saman	164
- Gambar B.3.b.15. Elemen visual utama Channel identity MTV “Tari Saman”, Virus HIV/AIDS	169
- Gambar B.3.c:16. Elemen visual utama Channel identity MTV “Tari Saman”, Logo MTV, UNDP, UNAIDS dan KPA.....	176

ooo00000ooo

DAFTAR BAGAN

- Bagan b.b).1. Struktur divisi desain grafis dalam televisi..... 67



BAB I

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi baru mengalir seakan tiada henti tanpa ada yang dapat menghentikannya, manfaatnya pun dapat kita rasakan di kehidupan sehari-hari yang berada disekitar kita. Di berbagai bidang ilmu pun teknologi selalu mengikuti dan memberikan pengaruh besar bagi peradapan manusia. Teknologi dapat menambah kemampuan manusia dan bahkan memberikan kerugian terhadap manusia itu sendiri. Di sini penulis lebih menekankan kepada nilai positif dari manfaat teknologi. Perkembangan desain grafis juga sangat dipengaruhi oleh teknologi. Berawal dari jaman prasejarah ketika ditemukan peninggalan simbol-simbol visual seperti jejak-jejak kaki manusia yang menjadi artefak, lukisan di dinding goa-goa, betapa besar manfaat apa yang telah mereka lakukan pada saat itu meskipun mereka belum menyadari manfaatnya secara keseluruhan. Sifat manusia yang selalu merasa tidak puas akan sesuatu hal dan selalu mencari sesuatu yang baru menjadi salah satu faktor perkembangannya. Ketika penemuan metode cetak-mencetak, mesin, fotografi, dan komputer makin menambah gairah para desainer dalam menyambung dan mengungkapkan ide-ide segar dan kreatif memiliki nilai guna terhadap masyarakat.

Dalam perjalanan teknologi perkembangannya membawa pengaruh terhadap ide, gaya, dan ekspresi para desainer grafis dari masa ke masa, tidak lepas juga pengaruh dari dunia seni, karena desain grafis juga mempunyai unsur seni terutama pada gaya yang ditampilkan, dari keinginan produsen atau pedagang

untuk menyampaikan kepada masyarakat hingga menjadi salah satu bidang ilmu yang sekarang hampir menyebar ke seluruh dunia yaitu Desain Grafis.

Desain Grafis dalam bahasa Inggris: *Graphic Design* merupakan istilah umum untuk sebuah aktivitas rancangan yang menggabungkan tipografi, ilustrasi, fotografi, cetak-mencetak. Istilah *Graphic Design* ini pertama kali digunakan oleh William Addison Dwiggins seorang perancang buku dan perancang huruf dari Amerika Serikat pada tahun 1922. Desain merupakan seluruh proses pemikiran dan perasaan yang akan menciptakan sesuatu dengan menggabungkan fakta, konstruksi, fungsi dan estetika untuk memenuhi kebutuhan manusia. Desain adalah konsep masalah rupa, warna, bahan, teknik, biaya, fungsi dan pemakaian yang digunakan dalam gambar dan bentuk.¹ Sebuah sarana komunikasi visual yang kemampuannya tak diragukan lagi, informatif telah diciptakan oleh desain grafis. Sebab desain grafis tidak hanya menciptakan desain atau perencanaan informasi yang estetis tetapi juga komunikatif dan informatif terhadap masyarakat.

Kebutuhan keahlian desain grafis sangat dirasakan oleh bidang-bidang lain terutama oleh para produsen sebagai salah satu pelaku pasar dalam memasarkan produk barang atau jasa. Desain grafis telah menjadi ujung tombak dalam mencapai tujuan pemasaran, target perusahaan. Setelah melihat hasil yang diciptakan oleh desain grafis tergantung tepat atau tidaknya strategi program promosi yang dilakukan. Kebutuhan akan keahlian desain grafis ini dirasakan oleh berbagai pihak sebagai bidang ilmu seni yang dapat memberikan pengaruh besar

¹ Ad. Pirous. *Simposium Desain Gafis*, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 4 April 1989

terhadap perkembangan manusia. Bidang-bidang yang membutuhkan desain grafis antara lain :

- Media: surat kabar, tabloid, majalah dan televisi
- Periklanan
- Percetakan
- Usaha dan Perdagangan
- Sinematografi dan lain-lain

Diantara bidang-bidang yang disebutkan diatas dunia periklanan nampaknya yang paling membutuhkan desain grafis. Bahkan terutama untuk iklan cetak, iklan televisi dan desain grafis menjadi ujung tombaknya. Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi antara produsen (komunikator) dengan konsumen (komunikan), iklan juga merupakan dari sebuah bisnis sehingga dapat dikatakan sebagai berikut: *“Advertising is form of communication. An advertisement that does not communicate is a waste of money.”* Periklanan adalah sebuah bentuk komunikasi. Sebuah iklan yang tidak komunikatif adalah hanya memboroskan uang saja.²

Manusia dalam melakukan aktifitas kehidupan sehari-hari, tidak lepas dari dunia kerja, apapun bentuk kerja itu tidak akan dihabiskan dalam satu hari tetapi dilakukan secara bertahap sesuai dengan target dan tujuannya. Dan memerlukan suatu aktifitas baru yang berbentuk hiburan agar manusia tidak terlalu sering mengalami stres. Salah satu hiburan itu antara lain televisi. Pada jaman sekarang televisi merupakan salah satu teknologi yang telah berkembang

² William H. Bolen. *Advertising*, John Wiley And Sons Inc, (ed) (New York, 1984), p.133

sangat pesat dari waktu ke waktu dan menjadi bagian kehidupan manusia, bahkan telah menjadi tempat mata pencaharian dan bermanfaat besar bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengannya. Televisi tidak hanya sebagai hiburan untuk dilihat atau ditonton tetapi juga menjadi media informasi dalam jangkauan cukup luas dan menginformasikan wacana, berita, dan info berbagai bidang antara lain: sosial, agama, politik, ekonomi, olahraga, budaya, musik, seni, dan pendidikan. Begitu besarnya manfaat televisi bagi manusia, bahkan memberikan pengaruh kepada para desainer grafis dalam menuangkan ide-ide kreatif mereka dan sebagai salah satu media massa yang efektif dikarenakan jangkauan sangat luas dan tanpa batas tingkatan.

A. Latar Belakang

Negara Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam berbagai bidang telah memiliki beberapa stasiun televisi meskipun secara resmi siaran televisi mengudara dalam jangkauan terbatas pada tahun 1962, tepat 100 tahun setelah Abbe Casseli menemukan alat-alat pengirim gambar.³ Dan menjelang era tinggal landas mulai juga dioperasikan badan penyiaran televisi swasta. Stasiun televisi yang telah mengudara tersebut stasiun televisi pemerintah, stasiun televisi swasta dan stasiun televisi lokal (semenjak diberlakukannya otonomi daerah, 1999) nama stasiun televisi antara lain:

Stasiun Televisi Pemerintah :

- Televisi Republik Indonesia (TVRI)

³ Sutisno P.C.S, *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi Dan Video* (1993), p.5

Stasiun Televisi Swasta :

- Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)
- Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV)
- Indosiar
- Trans TV
- TV 7
- ANTV
- Metro TV
- Global TV
- Lativi
- Televisi Pendidikan Indonesia (TPI)

Stasiun Televisi Lokal (Yogyakarta) :

- Jogja TV
- Tugu TV
- RBTv

Bahkan masyarakat Indonesia pun telah menerima siaran stasiun televisi luar negeri melalui satelit-satelit dengan cara antena parabola, televisi kabel dan lain-lain, meskipun harus membayar iuran secara bertahap yang didirikan oleh usaha swasta di Indonesia. Stasiun Televisi dari luar negeri itu antara lain :

- MTV
- CNN
- ESPN
- Channel V

- BBC
- TV 5
- TV 3
- NHK Japan
- Discovery
- Net Work (TNT) dan lain-lain

Stasiun televisi memiliki programnya secara mandiri atau secara khusus menyiarkan dalam satu bidang seperti :

- Berita
- Ilmu Pengetahuan dan seni (pendidikan)
- Film
- Olahraga
- Musik

Dan ada stasiun televisi menyiarkan program mencakup hampir keseluruhan bidang program siaran kepada masyarakat sebagai penonton/pemirsa. Bagi desain grafis, televisi menjadi lahan yang subur selain media cetak sebab begitu banyak hal yang dapat dilakukan oleh desainer dan telah menjadi bagian komponen televisi. Para produsen industri juga memanfaatkan televisi untuk mengiklankan produk dan jasa. Perkembangan teknologi komunikasi membawa dampak besar pada dunia periklanan. Para desainer menggunakan berbagai media dalam menampilkan rancangannya, seperti media cetak dan media elektronik. Media massa yang digunakan memiliki kelebihan masing-masing dalam menjangkau target audiencenya. Radio, televisi dan internet memiliki jangkauan

paling luas serta menjadi media cukup efektif di jaman era globalisasi sekarang lebih khususnya Indonesia yang sedang mengalami era reformasi.

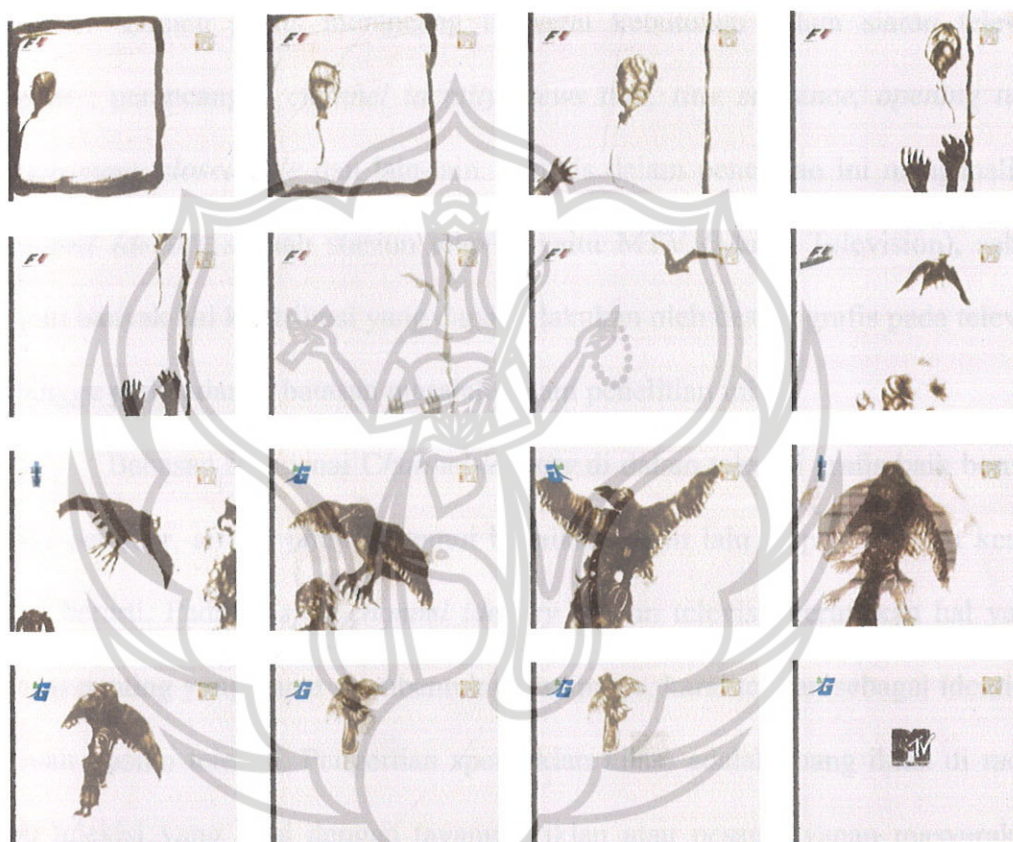
Media televisi sebagai sarana promosi yang tepat untuk program promosi sebuah perusahaan maupun pihak yang berkepentingan lain, para produsen menilai televisi telah menjadi suatu barang elektronik penuh dengan berbagai informasi yang cukup efektif meskipun memakan biaya yang lumayan tidak sedikit. Media televisi adalah salah satu banyak media di periklanan yang termasuk ke dalam salah satu lini atas (*above the line*) adalah jenis iklan yang menghasilkan pembayaran komisi kepada biro iklan. Contohnya tayangan iklan di media cetak, televisi, radio, bioskop, billboard dan sebagainya.⁴ Media televisi adalah media yang berbasis massa dan tidak mengenal golongan masyarakat. Hampir setiap keluarga di negara ini memiliki televisi, oleh karena itu ada potensi sebagai wahana iklan sangat besar, karena televisi menjangkau begitu banyak masyarakat atau calon konsumen. Televisi bagi praktisi dunia periklanan sendiri muncul polemik yang menyatakan bahwa televisi merupakan media yang sempurna untuk pamer, daripada menjual sesuatu iklan televisi adalah pemborosan besar.⁵

Dalam masa perkembangan desain grafis di dalam televisi. Awalnya mengalami berbagai kendala cukup kompleks ketika keraguan diberikan oleh pihak pengelola stasiun televisi dan pihak-pihak yang meremehkannya ditambah biaya produksi rendah dan sumber daya yang tidak sesuai. Stasiun televisi menganggap grafis tidak begitu penting dalam sebuah siaran televisi, namun

⁴ Frank Jefkins. *Periklanan* (Jakarta:Erlangga, 1996), p. 29

⁵ Herschell Garden Lawrs. *Iklan Yang Efektif Dengan Biaya Mini Hasilnya Maxi* (Semarang: Dahara Prze, 1988), p.66

setelah pembuktian yang dilakukan oleh Richard Levin membawa grafis ke dalam dunia televisi telah memberikan perubahan besar bagi perkembangan desain grafis. Dan para pelopor televisi grafis lainnya pun memberikan andil juga seperti Saul Bass, Bernard Lodge, Martin Lambie-Nairn dan desain grafis lainnya.



Gambar A.1 Spot Channel identity MTV (Music Television) versi “Burung”
Sumber: Global TV dan MTV

Desain grafis di dalam televisi merupakan salah satu media komunikasi visual, tidak hanya sebagai rancangan pelengkap saja melainkan dapat memberikan makna, image dan citra sebuah stasiun televisi. Perkembangan televisi dipengaruhi oleh teknologi yang telah maju pesat, ketika televisi warna, komputer memberikan rasa baru, memberikan ide-ide segar, dan kreatif bagi desainer. Desain grafis merancang berbagai kebutuhan dalam siaran televisi seperti : perancangan *channel identity*, *news title*, *title sequence*, *opening tune programme*, *closed title* dan lain-lain. Penulis dalam penelitian ini menganalisis *Channel Identity* sebuah stasiun televisi yaitu MTV (Music Television), sebab begitu banyak hal kontribusi yang dapat dilakukan oleh desain grafis pada televisi sehingga perlu adanya batasan masalah dalam penelitian ini.

Bahasan mengenai *Channel identity* di dalam televisi grafis baik berupa buku, seminar, artikel jarang ditemui bagaikan angin lalu tanpa membuat kesan yang berarti. Padahal *spot channel identity* stasiun televisi merupakan hal yang sangat penting yang dapat membentuk citra, image, karakter dan sebagai identitas sebuah stasiun televisi. Pengertian spot (iklan kilas) adalah ruang iklan di radio atau televisi yang diisi dengan tayangan iklan atau pesan layanan masyarakat. Sedangkan dalam pengertian secara audio visual yakni iklan dalam tayangan acara atau di antara dua mata acara di televisi atau radio.⁶ Perancangan *channel identity* dalam segi teknis proses penciptaannya melalui berbagai macam penggabungan metode teknis, antara lain: gambar, fotografi, sinematografi, animasi dan

⁶ *Kamus Istilah Periklanan Indonesia* (Pt. Gramedia Pustaka Utama, 1996), p.166

komputer. Keberadaan animasi dalam dunia iklan sering kita jumpai hampir di seluruh iklan televisi komersial dan iklan layanan masyarakat.

Animasi adalah sebuah seni yang baru dari abad 20. Animasi merupakan perpaduan yang sempurna dari seni Rupa (melukis, menggambar, memahat dan lain-lain) dengan seni Musik (irama, sound, effect dan waktu) dan seni Tari (gerak) serta seni Sastra (naskah/isi cerita).⁷ Pada dasarnya ini tetap merupakan prestasi dan kreatifitas dari seorang seniman. Dahulu proses pembuatan animasi lebih cenderung dilakukan secara manual dengan ditemukannya teknologi komputer, animasi telah mengalami perkembangan yang pesat dibandingkan dengan beberapa puluh tahun yang lalu, meskipun teknik manual gambar tangan (hand drawing) masih dipakai.

Animasi sebenarnya sudah akrab dengan kehidupan kita meskipun masih banyak orang yang salah mengartikan animasi bahwa hanyalah sebuah tontonan untuk anak-anak, padahal sekarang peranan animasi telah banyak digunakan oleh berbagai bidang. Pada saat ini penggunaan animasi semakin beragam. Animasi yang semula hanya dikenal oleh masyarakat sebagai film kartun atau hanya bergerak di bidang hiburan, kini semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di bidang industri ataupun ilmu pengetahuan dan teknologi. Bahkan Akademi Militer pun mencoba *etimulasi multimedia interactive* dengan menggunakan animasi. Simulasi ini dipakai sebagai latihan prajurit bagi para mahasiswa Akademi Militer sebelum terjun ke lapangan. Secara teknis mirip dengan game atau permainan ketangkasan melalui komputer. Dan hasilnya

⁷ Harmen Harry. *Animasi* (Yogyakarta, 1991), p.2

sungguh memuaskan, karena berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa taruna yang mengikuti game lebih sukses di lapangan dibandingkan yang belum mengikuti.⁸

Begitu banyak stasiun televisi bahkan hampir seluruh negara memiliki stasiun televisi baik milik pemerintah maupun swasta. Stasiun televisi MTV (Music Television) dipilih dalam penelitian ini sebab MTV merupakan salah satu stasiun televisi baru di Indonesia meskipun telah dikenal oleh masyarakat Indonesia sebelumnya dan hampir secara keseluruhan telah memiliki cabang stasiun televisi di negara lain. MTV sebagai televisi kabel yang memprogram siarannya secara khusus mengenai musik. Hampir tiga dekade lebih MTV berdiri dan memberikan perubahan yang besar bagi perkembangan musik di dunia dan menitikberatkan audiencenya terhadap khalayak muda. Logo MTV melalui *spot Channel identity*-nya menampilkan berbagai macam gaya tampilan yang berbeda-beda sehingga dapat menimbulkan banyak asumsi dan berbagai pendapat di masyarakat.

Spot channel identity MTV begitu banyak variasi seakan-akan tanpa suatu ikatan terhadap citra stasiun televisi dan setiap negara yang memiliki MTV dalam spotnya memiliki tampilan yang berbeda-beda. Logo yang ditampilkan oleh MTV dalam spot-spotnya selalu mengalami perubahan secara visual walaupun kadang tidak mengubah bentuk aslinya, hanya gaya tampilan dan warna. Dalam penerapan tata disain logo apakah ini sesuai dengan ketentuan secara teoritis yang berlaku. Logo sebagai identitas sebuah perusahaan merupakan elemen yang

⁸ Wibowo, *Animasi Komputer Grafis dalam Iklan Indonesia*, Kapita Slekta (Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2001), p.2

sangat penting karena dapat mencerminkan citra dan image perusahaan. Salah satu faktor inilah yang membuat penulis untuk menjadikan bahan penelitian dan menganalisisnya secara deskriptif.



Gambar A.2 Logo-logo MTV (Music Television)

B. Rumusan Masalah

Masuknya MTV ke Indonesia telah menambah saluran televisi, sehingga membuat pemirsa Indonesia menjadi makin banyak pilihan stasiun televisi sesuai dengan selera masing-masing pemirsa. Dan bagi kita yang pernah menyaksikan acara program MTV pasti akan sering melihat spot-spot MTV begitu banyak jenis, gaya tampilan, warna dan variatif, baik secara total animasi atau kombinasi *action live* dengan animasi. Secara teknis ada yang menggunakan animasi 2D atau

3D untuk menciptakan spot channel identity MTV. Sehingga banyak pemirsa cenderung bingung mengartikannya bahkan mungkin beranggapan betapa kreatifnya MTV. Penelitian ini akan menganalisis tentang Channel Identity dengan obyek penelitian MTV dengan permasalahan, antara lain:

- Unsur-unsur visual apa saja yang terkandung dalam Channel identity MTV dan logo-logo MTV dari masing-masing negara ?
- Apa yang menjadi dominasi unsur visual logo MTV yang dapat mewakili masing-masing negara ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui beberapa hal, antara lain:

- Mempelajari dan mengetahui tentang Channel identity untuk saluran televisi serta memahami kontribusi desain grafis dalam dunia pertelevisian
- Memahami makna *spot channel identity* MTV sehingga mengetahui karakter, image dan citranya
- Menambah pengetahuan dan wawasan tentang Channel identity dalam dunia televisi grafis kepada penulis, mahasiswa Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia, masyarakat umum dan pihak-pihak yang berkepentingan.

D. Ruang lingkup penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memberikan penegasan istilah dalam pembahasan permasalahan yang ada. Hal ini dilakukan agar menghindari persepsi yang menyimpang sehingga mengakibatkan kesalahan dan kekeliruan dalam pengertian istilah. Ruang lingkup penelitian berdasarkan kajian-kajian teori yang didapatkan dari berbagai sumber media. Dan penulis menegaskan beberapa istilah dalam penelitian ini, antara lain :

1. Channel Identity

Channel identity atau identitas saluran (Channel ID) juga disebut dengan *Station identity* (station ID), merupakan salah satu elemen pendukung yang terdapat dalam kontribusi desain grafis dalam televisi. Channel identity merupakan suatu cara yang memungkinkan suatu stasiun televisi dikenal dan dibedakan dari stasiun televisi lainnya. Sebuah identitas adalah sesuatu aset yang berharga bagi pemiliknya sebab mudah dikenali dan sebagai jaminan mutu. Jika visual identitas yang positif gampang dikenali akan memberikan keuntungan bagi organisasi atau perusahaan. Adanya channel identity pada stasiun televisi berhubungan dengan logo atau brand (merek) sebagai identitas sebuah perusahaan atau stasiun televisi.⁹

2. Spot

Pengertian spot (iklan kilas) adalah ruang iklan di radio atau televisi yang diisi dengan tayangan iklan atau pesan layanan masyarakat. Sedangkan dalam

⁹ [Http: // www. Verve.co.uk/branding.html](http://www.Verve.co.uk/branding.html)

¹³ Gary Burns. [Http:// www. Museum.tv/archives/etv/](http://www.Museum.tv/archives/etv/)

pengertian secara audio visual yakni iklan dalam tayangan acara atau di antara dua mata acara di televisi atau radio.

3. MTV (Music Television)

MTV (Music Television) adalah jaringan televisi kabel yang berawal dari kota New York. Dalam perkembangannya, MTV telah berada hampir di segala penjuru dunia termasuk Indonesia yang mencakup dalam Asia Tenggara. MTV memiliki konsep dalam acaranya, khususnya dalam musik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan MTV sebagai objek penelitian yang mana menganalisis *channel identity* yang digunakan saluran televisi musik tersebut.

E. Objek penelitian

a. Sejarah MTV (Music Television)

MTV adalah jaringan kabel Amerika yang paling tua dan paling berpengaruh yang mengkhususkan programnya dalam musik. MTV diluncurkan pada 1 Agustus 1981 di kota New York, dengan slogannya "*Ladies and gentleman, rock and roll*" yang diucapkan di layar kamera oleh John Lack, salah satu pencipta MTV. Pengenalan ini disertakan dengan musik, video klip "*Killed the radio star*" yang dimainkan oleh band The Buggles. Status industri telah meramalkan MTV akan menjadi salah satu bintang untuk masa depan, kehadirannya di dalam jaringan kabel telah menjadi hidangan utama bagi dunia televisi kabel dan menjadi pemandangan budaya Amerika.

Awal cerita paling baik bagi televisi kabel, MTV dibentuk oleh *Warner Amex Satellite Entertainment Company (WASEC)* setelah dilakukan riset

pemasaran. Kunci suksesnya MTV untuk bertahan adalah penyediaan biaya murah dalam memprogram acara dengan wujud video musik. Pada mulanya ini disajikan tanpa dipungut biaya oleh perusahaan rekaman, hanya sebagai salah satu media iklan atau promosi. Dan dijadikan arsip dan penampilan para band. MTV menampilkan satu video musik setelah yang lain tetap dalam arus, hal tersebut membandingkan dengan program terpisah yang didapatkan di jaringan televisi lainnya. Pemutaran video musik dilakukan secara berulang-ulang dari waktu-waktu menurut perputaran jadwal siaran. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh radio sebelumnya dengan menyediakan *Dj's (Disc jockeys)* dan beberapa acara dalam pemilihan band-band terbaik seperti Top 40 radio, MTV pun melakukan cara yang hampir sama, dengan *Vj's (Video jockeys)*. Hal ini membuat nyata bagi MTV bisa “menghancurkan” suatu tindakan rekaman (bergerak menuju keunggulan bahkan menjadi bintang) sama halnya yang telah dilakukan oleh radio dalam beberapa dekade.



Gambar E.a.3 Logo MTV (Music Television)

Dengan mengandalkan video musik, MTV menuju sukses lebih besar. Video musik disebut juga klip atau video klip merupakan ringkasan (umumnya tiga, lima menit) segment televisi, rekaman video di shot pada film tetapi dimaksudkan untuk ditujukan kamera pada televisi set. Pondasi bagi video klip

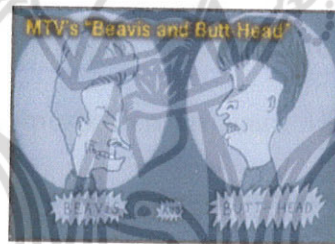
adalah *soundtrack*, yang mana lagu telah direkam, penjualannya yang mana dipromosikan oleh video. Dalam beberapa kasus, beberapa material seperti efek suara atau dialog pengantar ditampilkan dalam sebuah soundtrack. Bagian visual video biasanya terdiri dari konser secara *live* atau biasanya, *lipsync* dan gerakan instrument dimainkan oleh rekaman artis. Menari juga menjadi umum. Dalam beberapa kasus lain, ada juga dramatis atau konsep narasi, kadang-kadang berdasarkan musik lirik lagu.

Salah satu awal indikasi MTV komersil adalah munculnya band Duran-duran dari British di Amerika Serikat. Band ini mempunyai pendekatan visual besar dan buat video menarik tetapi tidak diterima oleh radio airplay mulai dari tahun 1981. Di pasar dimana MTV telah tersedia, jaringan ini mengudarakan video musik Duran-duran sehingga membuat band ini seketika menjadi populer. Akhirnya MTV membuktikan untuk menjadi hal yang luar biasa bagi karir banyak seniman, termasuk Madonna, Michael Jakson, Prince, Peter Gabriel dan Oz, seperti Duran-duran.

b. Tahap-tahap Perkembangan MTV

Andrew Goodwin mengidentifikasi tiga fase dalam sejarah MTV. Fase pertama ketika MTV diluncurkan di kota New York, fase kedua dimana pengaruh nyata jaringan ini pada tahun 1983, MTV mendirikan jaringannya di Manhattan dan Los Angeles, fase ketiga dimulai pada tahun 1986, ketika Viacom membeli MTV dari Wamer Amex dan setelah keberangkatan Robert Pittman menjadi President dan CEO. Pittman sebelumnya bertanggung jawab untuk memimpin MTV sepanjang alur arus program dan pemilihan ringkas, 1986. MTV

telah menganekaragamkan beberapa bakat atau aliran musik khususnya Rap, tarian musik, Heavy Metal, sampai taraf gaya tertentu ini telah disempitkan kedalam slot program mereka (Yo! MTV Raps, Club MTV, Head Bangers Ball) secara berturut-turut. Pada waktu yang sama, gerakan ke arah program terpisah telah terus meningkat menjadi suatu gerakan menjauh dari video musik. Dalam proses itu MTV telah menjadi program yang memenuhi beberapa program diluar alurnya, musik. Jaringan ini menyiarkan jaringan servis, berita, olahraga, sitcoms, dokumenter, kartun, game, muatan televisi lokal lainnya. Selain program ini juga memuat program musikal di beberapa tahun, seperti acara "*Beavis and Butt-head*" tetapi mereka kadang kala tidak lari kembali dari kecepatannya.¹³



Gambar E.b.4 Program acara MTV "Beavis and Butt-head"

c. Munculnya VH1



Gambar E.c.5 Logo Video Hits 1 (VH1)

Beberapa musik telah dipindahkan dari MTV, terutama *Soft Rock* dan musik dewasa lainnya. Musik telah ditempatkan di VH1 (Video Hits 1) video channel kedua miliknya MTV. VH1 diluncurkan pada tahun 1985. MTV dan VH1 adalah saluran utama dalam bidang musik, banyak orang bersaing dalam saluran

ini dengan membentuk stasiun televisi dengan program musik untuk menyaingi MTV di Amerika Serikat seperti BET (Black Entertainment Television), CMT (Country Music Television), TNN (The Nashville Network). Video musik dan MTV merupakan ramuan utama program televisi secara internasional. MTV memperluas jaringannya hingga meliputi negara-negara Eropa dengan MTV Europe, diluncurkan tahun 1987. diikuti meluas ke negara-negara Asia pada tahun 1991 dan MTV Latino tahun 1993. MTV telah membawa perubahan dalam industri entertainment dengan penggabungan musik dan televisi ke dalam hal yang baru. MTV mempunyai jalur diantara keduanya kedalam suatu masa depan energi postmodern.

Pada tahun 1984, jaringan MTV memproduksi pertama kali pertunjukan untuk penghargaan dunia musik dengan acara *MTV Video Music Award*. MTV juga memiliki Nickelodeon, saluran kabel menyiarkan acara bagi anak-anak dan keluarga. Dari tahun ke tahun, MTV menyajikan berbagai pertunjukan lainnya, termasuk kartun animasi seperti *Beavis and Butthead* dan *Daria*. Pertunjukan nyata (Reality Show) yang menyiarkan kehidupan seseorang atau sebuah keluarga antara lain *The Real World and Road Rules*, *Frank Comedy* dengan *The Tom Green* dan Sitcoms menampilkan *Undressed*. Pada paruh kedua tahun 1990, MTV program mengisi acaranya tanpa musik, dan tahun 2002 MTV menyiarkan episode pertama mengenai reality show, *The Osbornes*, dimana mengikuti kehidupan sehari-hari keluarga Ozzy dan Sharon Osbourne istrinya beserta anak-anaknya. Acara reality show ini menggapai sukses yang sangat besar. MTV kemudian menjadi suatu saluran untuk berbagai kalangan remaja dengan berbagai

macam perbedaan dan orang dewasa muda. MTV juga menjadi promotor utama bagi musik rock dan musisinya. Pertunjukan musik video mempromosikan khusus konser musik rock dan menyajikan berita dan dokumenter tentang band-band lainnya.¹⁴

d. Kritikan Untuk MTV

Pada awal tahunnya, MTV telah dikritik sebagai saluran rasis, ketika pertunjukan acara banyak menampilkan hampir para orang kulit putih. Para eksklusif MTV menyangkal dengan menyatakan bahwa ada beberapa acara promosi musik video yang disediakan bagi kulit hitam dan minoritas lainnya. Segera setelah itu, jaringan MTV dengan berat hati mulai meliput video musik dari Michael Jackson dengan albumnya *Thriller*, khususnya lagu “*Billie Jean*” yang mana telah menjadi salah satu musik video musik terkenal sepanjang waktu bagi jaringan MTV. Sesudah itu MTV mulai menyelidiki dengan serius musik kulit hitam yang memiliki potensi besar, termasuk mengembangkan beberapa program musik rap. Karena terlihat sebagai alat promosi bagi industri rekaman, MTV telah dikritik menjadi jaringan sangat komersil. Sejak dulu, 1985 beberapa musisi mengkritik MTV untuk beberapa alasan tersebut. Mungkin lebih terkenal dari kematian Kennedy (*Dead Kennedys*) dengan “*MTV Get Off The Air*”.

MTV UK juga telah diserang dengan berbagai kritikan penggunaan secara berlebihan untuk gratisnya seperti logo, promosi program dan hitungan mundur waktu, dan ironisnya saluran MTV menghadapi tuduhan kekurangan program acara. Para kritikus juga meyakini dan mengklaim bahwa band-band

¹⁴ [Http://www. Answer.com/topic/mtv](http://www.answer.com/topic/mtv)

yang menjadi terkenal karena mereka telah mendapatkan banyak promosi yang diekspos oleh MTV. Setelah MTV memilih band terbaik untuk dipromosikan dan bahwa MTV juga terlalu banyak mempengaruhi secara berlebihan bagi industri musik. Para kritikus juga mengkritik beberapa hal yang menyatakan bahwa MTV memberikan dan mempromosikan perilaku buruk bagi kaum remaja Amerika dengan perilaku para selebritis dan para rapper yang mana menjadi contoh yang tidak baik.¹⁵

Di berbagai Negara dimana terdapat jaringan MTV, memiliki beberapa slogan seperti: *"I want my MTV"*, *"MTV...Proud as a moon man"*, *"MTV lives in your music"*, *"Some People just don't get it"*, *"Watch and learn"*, untuk Indonesia *"Gue banget"*.

e. MTV masuk Ke Asia

Ketika MTV memasuki Asia Tenggara, wilayah MTV tidak hanya Britney Spears dan Justin Timberlake, tetapi juga Padi band dari Indonesia dan dari Singapura Stefanie Sun. Nama-nama ini tidak akan terkenal baik oleh orang-orang Amerika, sebab penampilan mereka dan suara memiliki bentuk image global MTV.

MTV di Asia telah menjadi suatu latihan dalam evolusi MTV pertama masuk Asia tahun 1992, ketika mereka meluncurkan MTV Japan, tetapi tidak merebut perhatian Asia bagian Tenggara sampai 1995, dengan pengenalan tentang MTV secara regional ke Asia. Ketika stasiun televisi MTV telah lahir di Asia Tenggara, anak muda Asia Tenggara bergembira, karena mereka punya sesuatu

¹⁵ <http://www.answer.com/topic/mtv>. *Ibid.*

yang tidak didapatkan sebelumnya yaitu channel musik 24 jam. Untuk memenuhi permohonan audience Asia bagi program internasional, MTV Asia menyertakan musik Amerika, Eropa dan pertunjukan seperti *I bet you will*, *Road Rules*, *MTV becoming*, *Punk'd*, *Single Out*. Bagaimanapun daya tarik Asia Tenggara dengan Amerika dan budaya umum Eropa tidak berarti rasa budaya lokal berakhir.

Setelah penetapan MTV Asia, akan jelas sekali pertentangan rasa budaya satu menyeberang ke budaya wilayah lain akan muncul. MTV Asia perlu mengadakan suatu pemecahan masalah, dengan riset dari divisi baratnya MTV secara konsisten meningkatkan program yang meliputi musik Asia dalam rangka masuk ke rasa budaya lokal ini. Di beberapa tempat, jaringan ini meninggalkan satu ukuran sesuai dengan semua siaran regional semuanya ke dalam stasiun yang dapat lebih baik menunjukan negara itu sendiri. Maka, walaupun banyak Asia Tenggara (termasuk Malaysia dan Singapura) masih memiliki siaran regional MTV Asia. Pada tahun 2001 MTV Asia menciptakan tiga divisi baru yaitu : MTV Philipines, MTV Thailand dan MTV Indonesia, dimana semua telah membuktikan hasil yang sangat sukses. Frank Brown, President jaringan MTV Asia, berkata: Di abad 21 konferensi pemasaran dunia, bahwa sangat penting apa yang telah mereka lakukan dalam penjualan untuk pasar di setiap negara sesuai dengan budaya lokal. Tentu saja, buah pikiran masuknya MTV Asia tidak selalu untuk melokalisasi image MTV yang mengglobal. “MTV merupakan brand global dimana berpikir dan bertindak di tempat itu”, kata David Flack, Senior Vice President of MTV Asia, ”Disamping MTV menjadi merek global, kita melakukan pendekatan lokal. Kita mencerminkan rasa dan permintaan dari penonton/pemirsa kami dan ini

berbeda di setiap pasar. Dengan begitu kebutuhan untuk menciptakan saluran khusus di setiap negara itu memenuhi kebutuhan target audience kami, dijelaskan Flack.

Oleh karena itu, sebagai tambahan untuk menjalankan video musik dan program dari Amerika dan Eropa, MTV telah menempatkan energi besar dalam pengembangan program lokal. Pertunjukan acara lokal biasanya meliputi 80 % program MTV Asia. Suatu program figur mengesankan akan menjadi salah satu acara yang diutamakan dalam *Prime time*. Tetapi tentu saja dalam organisasi program lokal ini tidak seluruhnya berhasil.

Di samping mutu yang diragukan dari sebuah acara lokal, MTV selalu mencoba meningkatkan mutu dari program lokal. Ketika MTV masuk ke India, mereka mengalami penurunan rating yang lumayan menyolok, karena kurang disukai dimana telah menempatkan program MTV Amerika dan Eropa. Setelah MTV menyeimbangkan program acara lokal dengan penempatan budaya lokal dan meliputi Vj's dari India mulai MTV India menjadi "Indianized". Para penonton pun mulai menyaksikan acara-acaranya.

Suksesnya MTV India dari perseroan pertunjukan lokal dan musik. MTV sering menerima masalah permintaan dari pemirsa, ketika beberapa pemirsa menginginkan musik barat, sedangkan yang lain meminta lebih dari musik oleh artis dalam negeri. Di Thailand MTV mengadakan survey "ROAR", dijelaskan selera musik Thailand diungkapkan bahwa 95% teenager Thai lebih menyukai musik lokal dibanding musik asing. Segera setelah itu, MTV Thai diluncurkan, oktober 2001. Dengan menyatukan selera lokal dibandingkan pendahulunya.

Usaha terbaru bagi MTV untuk menuangkan unsur-unsur lokal dan regional ke dalam programnya datang dengan peluncuran MTV Indonesia pada bulan Juni 2002. dengan 13 juta rumah tangga dalam jangkannya. Indonesia menghasilkan salah satu potensi pasar besar bagi MTV di Asia. MTV mengambil pelajaran yang telah belajar dari negara-negara Asia dan menggambarkan inspirasi untuk program dari sumber lokal.

Pada tahun 1995, MTV bekerjasama dengan stasiun televisi di Indonesia yakni AN-Teve. Stasiun ini dibawah naungan PT. Cakrawala Andalas Televisi. AN-Teve menayangkan paket musik yang diproduksi dan ditayangkan oleh MTV.¹⁶ Walaupun kerjasama ini hanya berlangsung beberapa tahun saja, namun setelah itu MTV melakukan lagi kerjasama dengan stasiun televisi lainnya yaitu Global TV. Dengan memakai nama MTV Indonesia. Salah satu favorit pemirsa pertunjukan Indonesia adalah MTV Salam Dangdut, yang mana menghadirkan musik populer Indonesia sebagai musik tradisional. MTV menyiarkan itu sebagai apresiasi bagi kultur lokal. Sungguh ironis, musik Dangdut telah lama tidak begitu populer atau tidak disukai industri musik Indonesia. Hanya ketika MTV berani menyiarkan program itu ke pemirsa lokal mulai menghargai musik Dangdut, anak muda, yang mana tidak pernah tertarik dengan musik Dangdut sebelumnya, tiba-tiba mulai melihat itu sebagai hal yang baru, keren dan terima kasih buat MTV yang telah melakukan pendekatan lebih bersahabat.

¹⁶ Veven Sp Wardhana. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), p.43



Gambar E.e.6 Logo MTV Indonesia.

Peristiwa ini sering terjadi di sepanjang Asia Tenggara. Dimana saja MTV berakar, mereka menyertakan budaya lokal. Dan membantu musisi lokal untuk mencapai ketenaran bahkan untuk *go public* serta membantu menghiasi industri musik dalam negeri. Ada beberapa faktor, salah satu yang mana MTV Asia memperbarui rasa ketertarikan bagi video musik lokal. Mereka telah memberi lebih banyak *air time* untuk video musik. Jika pihak label menyukai dengan hasil produksi video, maka makin banyak video musik akan dihasilkan. Dan MTV Asia akan lebih bergairah sebab mereka akan mendapatkan lebih banyak bahan musik video.