

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sebagai salah satu media komunikasi massa yang populer saat ini, televisi menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi kehidupan manusia. Berbeda dengan media elektronik radio, televisi memiliki kekuatan *audio visual* yang bukan hanya dapat didengar tetapi juga dapat dilihat sehingga informasi yang diperoleh dari media televisi lebih jelas dan lebih mudah dimengerti. Disamping itu, televisi juga mampu mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan pemirsannya. Apalagi jika penayangan program-program acaranya dikemas secara apik dan mendalam, maka audiens (pemirsa) akan menjadikan televisi benar-benar sebagai *the highest source* (sumber informasi utama) dalam setiap program yang ditayangkannya.

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, dunia pertelevisian di Indonesia tumbuh dengan pesat dengan ditandai hadirnya sepuluh stasiun-stasiun televisi swasta. Selama kurun waktu kurang lebih 4 dekade sejak kelahiran TVRI pada tahun 1962 televisi swasta yang mengudara secara nasional diantaranya adalah Trans TV, TPI, Indosiar, Antevision, RCTI, SCTV, Global TV, Metro TV, Lativi, dan TV7. Yang menjadikan masyarakat mempunyai banyak kemungkinan dalam mengakses dan memilih program acara yang disukainya. Kemudian sejak disahkannya UU penyiaran No.32 tahun 2002 ditambah isu desentralisasi, otonomi daerah, frekuensi sebagai ranah publik, dan demokratisasi

ranah penyiaran menyeruak ke permukaan dan menjadi dasar bagi berbagai unsur di daerah untuk berlomba-lomba mendirikan media alternatif.¹

Memang seyogyanya pada era otonomi daerah, potensi lokal harus digarap dengan memanfaatkan teknologi informasi modern salah satunya dengan mendirikan stasiun televisi pada tingkatan lokal, sehingga kebutuhan informasi yang ada di daerah juga dapat terpenuhi. Selama ini dalam mengakses informasi melalui televisi, masyarakat kita hanya disuguhkan tayangan-tayangan dari 11 stasiun televisi nasional yang materi isi siarannya hanya menampilkan realitas golongan metropolis yang ada di masyarakat, terutama Jakarta. Bukan semata-mata karena lokasi 11 stasiun televisi ini di Jakarta, namun karena yang mereka tampilkan bukan persoalan bagaimana melayani kepentingan publik secara luas, melainkan bagaimana mengoptimalkan potensi masyarakat sebagai konsumen.² Informasi-informasi yang ada di daerah kurang begitu kuat untuk diakses. Oleh karena itu, dengan adanya stasiun televisi lokal ini diharapkan masyarakat dapat mengakses informasi dari daerahnya sendiri, dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan daerahnya sendiri.

Salah satu stasiun televisi lokal daerah yang ada di Indonesia adalah stasiun televisi Ratih TV di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Yang mana siarannya melakukan kerjasama dengan SCTV yaitu dengan sistem stasiun jaringan atau afiliasi, pada pukul 06.00-07.30 WIB dan pukul 16.30-18.00 WIB dalam setiap harinya, dengan program-program acaranya antara lain: Selamat Pagi Bupati, Berita Daerah, Profil Desa, Cerdas Cermat, Kebumenku Sehat, Dialog,

¹ Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, LKiS Yogyakarta, Yogyakarta, 2004, hlm. 100.

² *ibid.*, hlm. 100

Dunia Wanita, Lensa Olah Raga, Siraman Rohani Islam, Ruang Hukum, Hiburan dan Kreatifitas Pelajar. Dari keseluruhan program acara yang ada semua isi acaranya dikemas dengan menampilkan sisi kelokalan masyarakat Kebumen.

Berbeda dengan televisi-televisi swasta, dalam penyiarannya Ratih TV memang tidak banyak mendapatkan iklan *hard selling*, hanya iklan sponsor program yang sering muncul. Dikarenakan Ratih TV memang *disetting* sebagai televisi publik lokal yang berorientasi untuk kepentingan publik Kebumen. Ratih TV didirikan oleh Pemerintah Daerah Kebumen dengan biaya operasionalnya diambil dari dana APBD Kabupaten Kebumen, dikatakan televisi publik karena dana APBD umumnya dianggap sebagai dana publik.³ Hal ini juga sesuai dengan UU Penyiaran No 32 Th 2002 pasal 14 ayat 1 bahwa "*Lembaga penyiaran publik berbentuk badan hukum didirikan oleh negara (pemerintah), bersifat independen, tidak komersil, dan berfungsi memberikan layanan kepada publik*".

Selama kurang lebih tiga tahun siarannya Ratih TV ternyata dapat menjadi stasiun kebanggaan bagi masyarakat Kebumen, karena siarannya mampu mengangkat realitas yang ada bagi masyarakat Kebumen. Terbukti warga merasa senang ketika didatangi oleh kameramen dan reporter Ratih TV, apalagi untuk mendekati diri kepada warga, para abang becak, pedagang pasar, pelajar dan ibu-ibu sering dimunculkan di layar kaca.⁴

Namun, sebagai stasiun televisi yang tergolong masih baru, Ratih TV tetaplah mempunyai kendala dalam penyiarannya. baik interen maupun eksteren. Dari segi interen diantaranya adalah minimnya dana, minimnya peralatan

³ Effendi Gazali, *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak*, Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002, hal 42.

⁴ www.suaramerdeka.com, Minggu 5 September 2004, browsing November 2005

produksi, terbatasnya SDM, dan belum mampu menjangkau seluruh kawasan Kebumen. Dari segi eksterennya adalah rendahnya perekonomian daerah, keadaan geografis, dan lain-lain. Kemudian mengenai aktivitas dalam penyiarannya terlihat dari variasi dan pengemasan program acaranya masih sederhana, keterbatasan jam tayang yang hanya tiga setengah jam dalam sehari menjadikan pesan-pesan yang disampaikan kurang begitu maksimal.

Masih bergabungnya frekuensi siaran dengan SCTV yang menjadikan ketergantungan siaran Ratih TV pada SCTV, konsekuensinya jika saluran SCTV tidak dipilih oleh pemirsa berarti tayangan Ratih TV juga tidak ditonton oleh pemirsa, walaupun sebenarnya di daerah Kebumen terdapat dua *channel* siaran dari stasiun SCTV, satu siaran SCTV dari stasiun *relay* Purwokerto yang dapat ditangkap siarannya di daerah Kebumen dan satu lagi stasiun *relay* SCTV Kebumen yang juga digunakan untuk penyiaran Ratih TV. Banyaknya stasiun televisi swasta nasional seperti: TransTV, Indosiar, RCTI, SCTV, dan lain-lain yang selalu menyajikan banyak tayangan-tayangan hiburan juga menjadi suatu kendala karena pemirsa sendiri mempunyai sifat yang selektif dalam memilih tayangan yang akan ditontonnya.

Oleh karenanya, sebuah strategi tentunya mutlak dibutuhkan dalam proses penyiarannya agar Ratih TV tetap menjadi sebuah televisi yang diminati siarannya bagi masyarakat Kebumen, dan kedepannya dapat meningkatkan kualitas program acaranya menyangkut perannya sebagai televisi publik daerah yang memberikan informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat bagi masyarakat Kebumen.

Ini juga yang mendasari kenapa peneliti ingin mengetahui lebih lanjut strategi yang dilakukan Ratih TV dalam menyajikan program-program acaranya bagi masyarakat Kebumen. Karena dalam kenyataannya, selama kurang lebih tiga tahun operasional dengan berbagai kendala yang dihadapi, Ratih TV tetap mampu melakukan siarannya dan program acaranya pun banyak diminati oleh masyarakat Kebumen.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat diambil sebuah rumusan masalah, yaitu: “Bagaimana strategi penyiaran Ratih TV dalam menyajikan program acaranya sebagai televisi publik lokal Kabupaten Kebumen”.

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran Ratih TV dalam menyajikan program acaranya sebagai televisi publik lokal Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi Ratih TV dalam menyajikan program acaranya sebagai televisi publik lokal Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengemasan program acara Ratih TV Kebumen yang bernuansakan televisi publik.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Untuk menambah pengetahuan terhadap hal-hal yang menyangkut tentang dunia pertelevisian.
2. Sebagai sumbangan pemikiran kepada stasiun televisi lokal (khususnya TV publik) untuk meningkatkan kualitas tayangan program acaranya kepada khalayak.

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi massa

Kalau kita membahas mengenai komunikasi massa , tentu media massa tidak akan ketinggalan untuk dibicarakan, karena komunikasi massa hanya dapat berlangsung melalui media massa. Adapun yang dimaksud media massa disini adalah media massa modern, seperti televisi, radio, film, internet, dan surat kabar, Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu Strategi Penyiaran Program Acara Ratih TV sebagai Televisi Publik Lokal, maka obyek yang akan diteliti adalah Televisi, dalam hal ini televisi lokal Ratih TV Kebumen.

Namun sebelum membahas mengenai televisi, alangkah baiknya bila kita terlebih dulu mengetahui apa itu komunikasi massa. Mengenai arti dari komunikasi massa, Bittner dalam bukunya *Mass Communication : An Introduction* mengatakan :⁵

“ Mass Communication is messages Communicated through a mass medium to a large number of people ”

⁵ John R. Bittner, *Mass Communication : An Introduction*, Prentice Hall, New Jersey, 1980, hlm. 10

(Komunikasi Massa adalah pesan komunikasi melalui media massa kepada khalayak banyak).

Kemudian Joseph A Devito dalam bukunya, *Communicology: An Introduction to the Study of Communication*, mendefinisikan Komunikasi Massa sebagai berikut :⁶

"First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television. Rather it means an audience that is large and generally rather than poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms : television, radio, newspaper, magazine, films, books, and tapes".

(Pertama, Komunikasi Massa adalah Komunikasi yang ditujukan kepada Massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi; agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua komunikasi adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi Massa barangkali akan lebih mudah dan logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita).

Sementara itu, Wenner J. Severin dan James W. Tankard Jr. dalam bukunya, *Communication Theories, Origins, Methods, Uses* adalah sebagai berikut :⁷

"Mass communication is part skill, part art, and part science, it is skill in the sense that it involves certain fundamental learnable technique such as focusing a television camera, operating a tape recorder or taking notes during an interview. It is art in the sense that it involves creative challenges such as writing a script for television program, developing an aesthetic layout for magazine and or coming up with a catchy lead for a new story. It is a science in the sense that can be verified and use to make things work better."

⁶ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarta, Bandung, 1999, hlm. 21.

⁷ Darwanto SS, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, Duta Wacana University Press, Yogyakarta. 1992, hlm. 21

(Komunikasi massa adalah sebagian ketrampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah ketrampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder, atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik).

Jalaluddin Rakhmat merangkum definisi komunikasi massa di atas dalam pengertian :⁸

“ Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak.”

Untuk memperjelas lagi tentang pengertian dari komunikasi massa, Michael W Gamble dan Teri Kwal Gamble mengatakan bahwa sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup:⁹

- a. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film atau gabungan diantara media tersebut.
- b. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas

⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003, hlm.189

⁹ Nurudin, *Komunikasi Massa*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2003, hlm. 7-8

audience dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.

- c. Pesan adalah publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang, karena itu diartikan milik publik.
- d. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
- e. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (pentapis informasi). artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antar pribadi, kelompok atau publik dimana yang mengontrol tidak oleh sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik, dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.
- f. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antar persona. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Dari definisi-definisi yang diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah khalayak banyak yang tersebar dan tidak saling mengenal satu dengan lainnya. Untuk menjalankan proses komunikasi massa, media massa tidak dapat dijalankan secara perorangan, namun melembaga. Pesan yang disampaikan media massa mempunyai karakteristik bersifat umum, sasaran komunikannya bersifat heterogen, dan karena umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda maka orang-orang yang ada didalamnya haruslah orang-orang yang profesional. Dalam arti kata komunikator harus melakukan perencanaan dan persiapan terlebih dahulu agar pesan yang disampaikannya komunikatif pada satu kali penyiaran.

2. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Proses komunikasi pada media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Televisi disini adalah televisi siaran (*television broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi massa yang mempunyai ciri-ciri : Berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikannya heterogen.¹⁰

Komunikasi massa media televisi bersifat periodik, media massa periodik adalah : isi pesan/ Pernyataan lebih mengutamakan peristiwa dan pendapat, yang penting menarik, aktual dan aman untuk dikonsumsi. Televisi mampu menyajikan

¹⁰ Onong Uchjana Effendi, *Televisi Siaran dan Praktek*, Mandar Maju, Bandung, 1993, hlm. 21.

kecepatan, ketepatan, kepraktisan, dan kualitas dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, mengolah, dan menyajikan informasi.¹¹

Dengan kekuatan *audio visualnya*, televisi mampu menyajikan peristiwa, pendapat dan realita yang tengah terjadi secara langsung kepada khalayak. Hal ini berbeda dengan media cetak dimana informasi yang akan disampaikan harus menunggu satu hari setelah peristiwa, pendapat dan realita telah terjadi, begitu pula dengan radio yang hanya menyajikan segi audionya saja yang mengakibatkan perbedaan pandangan dalam menginterpretasikan informasi.

Kehadiran televisi sebagai media massa di tengah-tengah media massa lainnya, kiranya tidak disangsikan lagi peranannya dan sebagai media massa memiliki unsur-unsur karakteristik tersendiri, menurut Subrata karakteristik televisi sebagai media massa adalah :¹²

- a. Tidak bersifat alamiah tetapi selalu tersusun, dibentuk dan direncanakan bahkan melalui wadah atau organisasi.
- b. Karena sifatnya diorganisasikan maka kegiatannya tidak bersifat personal tetapi berlangsung dalam jangkauan komunikasi yang luas dikerjakan dalam bentuk jamak serta massalis.
- c. Kegiatannya terarah dan bertujuan sehingga merupakan hal-hal yang direncanakan.
- d. Komunikor kerap kali bukan merupakan satu orang individu, melainkan merupakan kolektivitas.

¹¹ J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 1994, hlm.1.

¹² Darwanto, *Op.cit.*, hlm. 58.

Kemudian untuk lebih mengetahui karakteristik televisi sebagai media massa, Sutisno mengemukakan:¹³

- a. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- b. Dapat menghadirkan objek yang amat kecil/besar, berbahaya atau yang langka.
- c. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
- d. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- e. Mampu menyajikan unsur warna gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- f. Dapat mengkoordinasi pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto dan gambar dengan baik.
- g. Dapat menyimpan berbagai data, informasi dan serentak menyebarkan dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- h. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- i. Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Namun sebagai rumpun media massa elektronik, televisi juga mempunyai kelebihan dan kelemahan. Kelebihan televisi dapat dilihat dari sisi programatis (menyangkut keunggulan televisi dalam aspek isi yang disajikan) dan

¹³ Sutisno, *Pedoman Praktis Penulisan TV & Video*, Gramedia Widya Sarana Indonesia, Jakarta, 1993, hlm. 3.

dari sisi teknologis (lebih mengacu pada aspek kemampuan teknologi televisi), yaitu :¹⁴

a. Aspek Programatis.

- 1). Menyangkut isi dan bentuk, media televisi walaupun direkayasa mampu membedakan fakta dan fiksi, realitis dan tidak terbatas.
- 2). Menyangkut hubungan dengan khalayak media televisi mempunyai khalayak yang tetap, memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya, dan intim.
- 3). Media televisi memiliki tokoh berwatak (baik riil maupun yang direkayasa), sementara media lain (khususnya film) hanya memiliki bintang yang direkayasa.

b. Aspek teknologis.

- 1). Mampu menjangkau wilayah yang sangat luas dalam waktu bersamaan, sehingga dapat mengantarkan secara langsung peristiwa di suatu tempat ke berbagai tempat lain yang berjarak sangat jauh.
- 2). Mampu menciptakan suasana yang bersamaan di berbagai wilayah jangkauan dan mendorong khalayaknya memperoleh informasi dan melakukan interaksi secara langsung.

Sedangkan kelemahan media televisi dilihat dari aspek programatis dan teknologis adalah:

- 1). Kecenderungan televisi untuk menempatkan khalayak sebagai obyek yang pasif, sebagai penerima pesan.

¹⁴ Atlas Fahmi, *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, YPKMD, Jakarta, 1997, hlm. 31-32

- 2). Media televisi juga mendorong proses alih nilai dan pengetahuan yang cepat tanpa mempertimbangkan perbedaan tingkat, perkembangan budaya dan peradaban yang ada diberbagai wilayah jangkauannya.
- 3). Media televisi bersifat sangat terbuka dan sulit dikontrol dampak negatifnya, karena kekuatan media ini mampu menyita waktu dan perhatian khalayaknya untuk meninggalkan aktivitasnya yang lain pada waktu bersamaan.
- 4). Cepatnya perkembangan teknologi penyiaran televisi bergerak mendahului perkembangan masyarakat dan budaya khalayak diberbagai wilayah yang berbeda. Ini pada gilirannya yang melahirkan pro-kontra tentang implikasi *cultural* dari televisi seperti isu-isu imperialisme *cultural* dari negara-negara asing yang dengan bebas menayangkan acara-acara yang dianggap bertentangan dengan budaya lokal dari suatu masyarakat.

Namun perkembangan media teknologi komunikasi televisi tidaklah dipersoalkan dari sisi kelebihan dan kelemahannya atau sisi positif dan negatifnya terhadap masyarakat, karena televisi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Semua itu kita kembalikan kepada masyarakatnya sendiri, apakah akan menyikapi positif atau negatif dari penayangan program-program acara yang disajikan.

Pemahaman mengenai media televisi, kiranya juga harus diikuti dengan pemahaman tentang fungsi dari media televisi tersebut sebagai media komunikasi

massa dalam masyarakat, menurut Denis McQuail, fungsi media komunikasi massa, adalah sebagai berikut :¹⁵

a. Informasi

- 1). Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.
- 2). Menunjukkan hubungan kekuasaan
- 3). Memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan.

b. Korelasi

- 1). Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
- 2). Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- 3). Melakukan sosialisasi
- 4). Mengkoordinasi beberapa kegiatan
- 5). Membentuk kesepakatan.
- 6). Menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.

c. Kesenambungan

- 1). Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
- 2). Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

- 1). Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
- 2). Meredakan ketegangan.

¹⁵ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta, 1996, hlm. 70

Tidak terlepas dari fungsi-fungsi yang diungkapkan Denis McQuail diatas, pada pokoknya media televisi mempunyai tiga fungsi utama. Yaitu:¹⁶

a. *Fungsi penerangan*

Yaitu sebagai sarana penerangan televisi menyiarkan informasinya dalam siaran pandangan mata secara faktual. meliputi dua faktor, pertama *immediacy* (yang mencakup pengertian langsung dan dekat). Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. Yang kedua adalah *realism* (mengandung makna kenyataan), yang berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya sesuai dengan kenyataan yang ada.

b. *Fungsi Pendidikan*

Yaitu sebagai sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan, dengan meningkatkan pengetahuan dan daya penalaran masyarakat.

c. *Fungsi Hiburan*

Sebagai media hiburan, ini tercantum dari banyaknya alokasi program-program acara di televisi yang kebanyakan diisi dengan tayangan program hiburan di televisi.

Secara lebih luas lagi, Harrold D. Lasswell mengemukakan fungsi dari media massa televisi, sebagai berikut:¹⁷

- a. *The Surveillance of the environment*, Artinya media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, atau dalam bahasa sederhana,

¹⁶ Onong Uchjana, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Op.cit., hlm. 24

¹⁷ Darwanto, Op.cit, hlm 23-24

sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada diluar jangkauan penglihatan masyarakat luas.

- b. *The correlation of the part of society in responding to the environment*, Artinya, media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi dari informasi. Dalam hal ini peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, reporter, redaktur yang mengelola media massa.
- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, Artinya, media massa sebagai sarana untuk menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

3. Televisi Sebagai Media Penyiaran

Siaran adalah mata acara atau rangkaian mata acara berupa pesan-pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suatu gambar yang dapat didengar atau dilihat oleh khalayak dengan pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu. Siaran berasal dari kata *siar*. Siar berarti menyebarkan informasi melalui pemancar. Kata siar ditambah akhiran *an*, membentuk kata benda, yang memiliki makna apa yang disiarkan.¹⁸

Sedangkan penyiaran sendiri adalah proses penyelenggaraan siaran atau kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan atau sarana tranmisi didarat, dilaut, atau diantariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio

¹⁸ J.B. Wahyudi, Op.cit., hlm. 8.

melalui udara, kabel, dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.¹⁹

Menurut Wahyudi, Penyiaran adalah kegiatan pembuatan dan proses menyiarkan acara radio dan televisi serta pengelolaan operasional perangkat lunak dan keras, yang meliputi segi idiiil, kelembagaan dan sumber daya manusia untuk memungkinkan terselenggaranya siaran radio dan televisi.²⁰ Sesuai dengan obyek penelitian ini, maka peneliti akan lebih fokus pada media televisi.

Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.²¹ Dalam penelitian ini yang dimaksudkan adalah siaran televisi yaitu televisi Ratih TV. Televisi dipahami sebagai televisi siaran yang dilakukan melalui tranmisi atau kabel. Yang mana televisi siaran akan menghasilkan siaran televisi (berupa *audio visual*) yang ditangkap oleh medium atau perangkat televisi.

Proses penyelenggaraan siaran merupakan proses yang panjang dan rumit, yang harus berjalan diatas landasan pola pikir dan tindakan yang cepat/dinamis, praktis dan berkualitas.²² Oleh sebab itu para penyelenggara penyiaran televisi harus bisa menayangkan program-program acara yang

¹⁹ Salinan Keputusan Komisi Penyiaran tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, Jakarta, 2004.

²⁰ J.B. Wahyudi, Op.cit., hlm. 6.

²¹ Salinan Keputusan Komisi Penyiaran tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, Loc.cit

²² J.B. Wahyudi, Op.cit. hlm. 1.

berkualitas dan mempunyai bobot kepada para pemirsannya, terlebih dari itu sesuai dengan norma, etika dan estetika yang berlaku.

Siaran sebagai output organisasi penyiaran adalah benda abstrak yang sangat potensial untuk dipergunakan mencapai tujuan yang diharapkan. Siaran merupakan hasil perpaduan antara kreatifitas manusia dan kemampuan sarana/alat, atau antara perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras, terdiri dari:²³

- a. Sarana dan prasarana
- b. Pemancar dan perangkatnya

Sedangkan Perangkat lunak, terdiri dari:

- a. Manusia dan pengelolaan (yang didalamnya termasuk manajemen).
- b. Program acara

Siaran yang berupa program acara memiliki daya penetrasi sangat kuat bagi individu/kelompok, akibatnya siaran televisi dapat menimbulkan dampak yang luas dimasyarakat, mau dibawa ke positif atau sebaliknya, program acara yang disiarkan sangat tergantung dari orang-orang didalam organisasi penyiaran. Oleh karena itu, setiap program acara yang disiarkan haruslah benar-benar direncanakan, diproduksi dan disajikan kepada khalayak dengan isi pesan yang bersifat informatif, edukatif, persuasif, stimulatif, dan komunikatif. Atau dengan kata lain peranan perencanaan sangat penting di dalam proses penyelenggaraan siaran televisi (*television is planning*).

²³ Ibid, hlm. 8

Di Indonesia sejak disahkannya UU Penyiaran No.32 Tahun 2002, lembaga penyiaran dikenal sebagai lembaga penyiaran secara nasional maupun lokal. Perbedaan ini terletak pada daya jelajah dan implementasi program-program siarannya yang ditujukan kepada khalayak. Stasiun televisi nasional melayani khalayak secara luas di seluruh nusantara, yaitu dengan mendirikan stasiun-stasiun *relay* yang bisa ditangkap siarannya di daerah-daerah, sedangkan stasiun televisi lokal menyajikan tayangan program-program acaranya hanya sebatas tingkatan lokal, katakanlah propinsi ataupun kabupaten/kota. Kemudian secara nasional maupun lokal, lembaga penyiaran televisi di Indonesia dibagi lagi menjadi, televisi publik, televisi komersial, televisi komunitas, dan televisi berlangganan.

Didirikannya stasiun-stasiun televisi lokal di Indonesia ini, pertama-tama dilandasi oleh realitas bahwa di Indonesia banyak ditemukan *blank spot area* atau *blind spot area* yaitu wilayah terpencil yang tidak bisa dijangkau oleh siaran televisi. Dan hal ini semata-mata karena masalah geografis. Tidak semua stasiun televisi di Jakarta entah itu TVRI atau televisi swasta lainnya dapat ditangkap siarannya dengan baik di wilayah-wilayah yang secara topografis maupun geografis memang tidak mampu menerima sinyal televisi, seperti daerah perbukitan, pegunungan, pedalaman laut, dan daerah terpencil lainnya. Padahal penduduk yang mendiami wilayah tersebut juga warga yang sama untuk mendapatkan pelayanan informasi dan hiburan yang berbasis pada penggunaan frekuensi/gelombang elektromagnetik sebagai ranah publik.²⁴

²⁴ Agus Sudibyo, Op.cit., hlm. 109

4. Perkembangan media penyiaran televisi di Indonesia

Di Indonesia perkembangan dunia penyiaran televisi dimulai dengan lahirnya TVRI pada tahun 1962, dengan pemancar berkekuatan 100 watt. Tepatnya pada tanggal 17 Agustus 1962 TVRI memulai siaran perdananya berupa siaran percobaan yang menayangkan peringatan proklamasi kemerdekaan RI dari halaman Istana Merdeka. Inilah momentum dimana Indonesia mengukuhkan diri sebagai negara Asia ke empat yang memiliki media penyiaran televisi setelah Jepang, Philipina dan Thailand.²⁵ Baru sepekan kemudian pada tanggal 24 Agustus 1962 dilakukan siaran resmi dan tetap berupa penayangan upacara pembukaan Asian Games IV dari stadion utama senayan, yang ketika itu bernama stadion utama Gelora Bung Karno.²⁶

Setahun kemudian pada bulan Oktober 1963, terbitlah Surat Keputusan Presiden RI No.215 tahun 1963 tentang pembentukan Yayasan Televisi Republik Indonesia yang antara lain menegaskan bahwa tujuan TVRI adalah untuk menjadi alat hubungan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan mental/spiritual, fisik bangsa dan negara, serta pembentukan manusia sosial Indonesia pada khususnya.²⁷ Keputusan tersebut juga menetapkan status TVRI sebagai televisi yang berbadan hukum yayasan.

Kemajuan dan perkembangan penyiaran di Indonesia tumbuh dengan pesat, pada tahun 1976 sistem penyiaran TVRI sudah tidak menggunakan stasiun pemancar (*terrestrial*) tapi menggunakan Sistem Komunikasi Satelit Domestik (SKSD) yang diberi nama satelit Palapa. Nama Palapa diberikan oleh presiden

²⁵ Ibid, hlm 279.

²⁶ Alatas Fahmi, Op.cit., hlm 49.

²⁷ Onong Uchjana Effendy, Op.cit., hlm 55

Suharto dengan harapan dapat mempersatukan Indonesia sebagaimana bunyi sumpah palapa yang diucapkan Patih Gajah Mada.²⁸ Penggunaan satelit di Indonesia memang sangat perlu, karena sistem penyiaran *terrestrial* jangkauannya terbatas dan tidak bisa mencangkup seluruh kawasan Indonesia yang terdiri dari beribu-ribu pulau.

Semenjak kelahirannya sampai awal 1989, TVRI adalah satu-satunya televisi yang mengudara di Indonesia. Namun seiring perkembangannya, sesuai dengan tuntutan masyarakat yang semakin maju dan berkembang, pemerintah memberikan kepada pihak swasta untuk ikut serta secara aktif dalam menyelenggaraan siaran televisi.²⁹ Melalui SK Menteri Penerangan No.111/90, berdirilah televisi swasta pertama pada tanggal 24 agustus 1989 yang diberi nama Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), pada awalnya siaran RCTI menggunakan sistem *cable TV/paid TV* (dengan menggunakan decoder dan membayar uang langganan), dan itupun hanya bersiaran lokal di daerah Jakarta saja. Baru setahun kemudian RCTI membuka decodernya dan mulai siaran secara terbuka, bersamaan dengan itu mengudara stasiun Surya Citra Televisi (SCTV) dari Surabaya pada tanggal 23 agustus 1990.³⁰ kemudian disusul mengudaranya TPI pada tanggal 23 Januari 1991. Pada tahun 1993 dikeluarkan lagi SK Menteri Penerangan No.04/Menpen/1993, lalu muncul televisi swasta baru yang penyelenggaraan siarannya juga secara nasional yaitu; ANTEVE dan Indosiar.

²⁸ Ibid, hlm 57.

²⁹ Alatas Fahmi, Op.cit., hlm 53

³⁰ Ibid, hlm 55

Kemudian disusul Metro TV, TransTV, TV7, GlobalTV, dan Lativi setelah dikeluarkannya SK MenPen No.384/SK/MENPEN/1998.³¹

Pada bulan Mei 1998, pergeseran politik di Indonesia menggelending, dari era orde baru menjadi era reformasi, pada era reformasi inilah muncul gerakan di daerah untuk mendirikan stasiun televisi. Dengan semangat otonomi daerah, desentralisasi, hak penggunaan frekuensi ranah publik, dan demokratisasi ranah penyiaran, terlebih diperkuat dengan dikeluarkannya UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran yang menjadi dasar bagi unsur di daerah untuk berlomba-lomba mendirikan media televisi (stasiun televisi lokal), seperti JTV di Surabaya, Bali TV di Bali, TV Siantar di Pematang Siantar, Borobudur TV di Jawa tengah, Lombok TV di Lombok, Jogja TV dan RBTB di Jogjakarta, dan lain-lain. Bahkan televisi lokal ini juga berdiri di daerah kabupaten/kota yang sedang berkembang salah satunya adalah Ratih TV di Kabupaten Kebumen Jawa tengah yang didirikan oleh pemerintah daerah Kebumen.

Munculnya televisi-televisi lokal tersebut didorong oleh keseragaman tayangan-tayangan program acara televisi-televisi swasta nasional yang cenderung bersifat metropolis dan lebih bersifat konsumtif, dimana program-program acaranya tidak relevan dengan kehidupan masyarakat daerah. Walaupun tidak bisa dipungkiri bahwa kenyataannya tayangan-tayangan televisi swasta nasional lebih disukai oleh masyarakat di daerah.

Perkembangan stasiun-stasiun televisi lokal di Indonesia ternyata berkembang dengan pesat, menurut data resmi Asosiasi Televisi Lokal Indonesia

³¹ Agus Sudibyo, *Op.cit.*, hlm 99

(ATVLI) menunjukkan, pada tahun 2003 jumlah stasiun televisi lokal di Indonesia mencapai hampir 50 Stasiun, yang tersebar dari Papua hingga Pematang Siantar.³² Dan hingga saat ini jumlah stasiun televisi lokal tersebut sudah bertambah banyak lagi.

5. Televisi publik lokal

Televisi lokal adalah televisi yang berada pada tingkatan lokal baik itu propinsi, kabupaten atau kota. Ada tiga tipe dalam memahami televisi lokal, yaitu: televisi komunitas, televisi publik lokal, dan televisi komersial (swasta lokal)³³. Sedangkan untuk televisi berlangganan tidak termasuk yang akan dijelaskan oleh peneliti dalam pembahasan ini. Memang dalam memahami televisi lokal definisinya masih sangat kabur. Sebagai contoh televisi Ratih TV, bisa saja Ratih TV ini diartikan sebagai televisi komunitas jika dilihat dari segi geografis karena Ratih TV menyajikan tayangan-tayangannya hanya untuk komunitas orang-orang yang tinggal di Kebumen saja.

Namun jika dilihat dari segi identitas masyarakat Ratih TV menyajikan program-program acaranya untuk berbagai komunitas yang ada di Kebumen, seperti komunitas pegawai, komunitas pelajar, komunitas petani, dan lain-lain. Karena Ratih TV melayani berbagai komunitas yang ada di Kabupaten Kebumen maka Ratih TV dinamakan Televisi Publik, jadi yang dinamakan televisi komunitas hanya untuk melayani komunitas tertentu saja (satu komunitas) dan yang dinamakan televisi publik melayani lebih dari satu komunitas.

³² *ibid*, hlm 101

³³ *ibid*, hlm. 102

Karena yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah televisi Ratih TV Kebumen yang didirikan oleh Pemda Kebumen, maka Ratih TV digolongkan sebagai televisi publik lokal. Hal ini sesuai dengan UU Penyiaran No.32 tahun 2002 dikatakan bahwa yang mendirikan televisi publik adalah pemerintah. Namun peran pemerintah disini tidak “mengelola” televisi publik (milik negara),³⁴ melainkan hanya sebatas sebagai fasilitator saja, sedangkan perencanaan, pengembangan, evaluasi program serta penilaian kerja dari mereka yang bekerja pada stasiun publik sepenuhnya merupakan hak (wewenang) dan kewajiban Stasiun televisi bersama dengan manajemen operasional stasiun.

Untuk lebih memperjelas dalam memahami ketiga tipe televisi tersebut, akan dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :³⁵

Aspek	Televisi komersial	Televisi publik	Televisi komunitas
Definisi	Televisi yang didirikan di atas prinsip-prinsip Pencapaian keuntungan ekonomi.	Televisi yang memberikan pengakuan Secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi publik melalui sebuah lembaga supervisi khusus yang didirikan untuk tujuan tersebut.	Televisi yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi terhadap komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang didirikan khusus untuk tujuan tersebut
Khalayak	Umum, terbuka lebar	Umum, lebih dari satu komunitas	Satu komunitas tertentu saja.
Visi	Memberikan hiburan informasi dan pendidikan, namun semua visi pada implementasinya	Meningkatkan kualitas hidup publik. Meningkatkan apresiasi terhadap keanekaragaman	Meningkatkan kualitas hidup anggota komunitasnya. Secara khusus menjadi televisi yang bersifat

³⁴ Effendi gazali, saat membahas bagaimana sesungguhnya lembaga penyiaran publik milik negara itu?, Op.cit., hlm. 61.

³⁵ Agus Sudibyo, Op.cit., hlm. 119-120

	<p>khususnya untuk produksi dan pemasaran tetap diperhitungkan berdasar prinsip-prinsip pencapaian keuntungan ekonomi (komersial)</p>	<p>ditengah masyarakat dengan harapan menciptakan kehidupan yang harmonis diantara berbagai komunitas yang berbeda (<i>living in colors</i>)</p>	<p>dari, oleh dan untuk komunitas.</p>
<p>Jangkauan area siaran</p>	<p>Umumnya luas lebih dari 1 propinsi, namun memiliki batasan tertentu, misal tidak boleh lebih dari "X" persen pemirsa nasional (misal 40%), dihitung dari jumlah rumah tangga (<i>house hold</i>) yang dapat menerima siarannya. Tidak diperkenankan adanya televisi komersial dengan cakupan siaran nasional. Dasar pertimbangan "X" agar semua stasiun dapat mengembangkan sistem afiliasi berdasar formula kepemilikan dan operasional tertentu (<i>jointly own and operate</i>) dengan stasiun lokal.</p>	<p>Bersifat nasional (misal TVRI dan RRI). Tetap mengemban misi meningkatkan apresiasi terhadap identitas dan integrasi nasional. Namun tetap mendorong mengembangkan program lokal hingga 70%. Sedangkan bagi televisi publik lokal, luas jangkauan siaran maksimal 1 (satu) kabupaten/kota atau propinsi.</p>	<p>Terbatas. Umumnya dalam radius 6 km. Karena itu sering juga disebut <i>low power broadcasting</i>. Misal menggunakan daya pancar maksimal (ERP) 3 kilowatt untuk kanal VHF. Dan 150 kilowatt untuk kanal UHF, seluruhnya dengan antenna omnidireksional.</p>
<p>Ukuran kesuksesan</p>	<p>Rating untuk masing-masing program dan pemasukan iklan (karena rating program yang tinggi akan menarik pemasang iklan).</p>	<p>Kepuasan publik</p>	<p>Kepuasan anggota komunitas.</p>
<p>Pemilik/ pendiri</p>	<p>Umumnya berbentuk PT (perseroan Terbatas). Sebagian jadi PT.Tbk (dengan</p>	<p>Negara atau pemerintah (menurut UU 32 tahun 2002 tentang penyiaran memang hanya</p>	<p>Badan hukum non komersial. Biasanya berbentuk yayasan.</p>

	menjual saham kepada publik)	pemerintah yang boleh mendirikan TV publik).	
Pengambil keputusan tertinggi	Pemilik modal/para komisaris dalam RUPS(Rapat Umum Pemegang Saham) manajemen operasional akan tunduk pada garis besar ini.	Lembaga supervisi bersama manajemen operasional. Jika TV publik didirikan oleh pemda atau PT maka lembaga supervisinya harus tetap independen.	Lembaga supervisi komunitas bersama dengan manajemen operasional.
Sumber pemasukan	Iklan dalam arti luas. Mencakup <i>hard selling</i> (penjualan langsung), sponsorship untuk suatu program atau acara, dll.	APBN untuk TVRI dan APBD untuk televisi publik lokal. Juga dari iklan dengan proposisi yang sedikit.	Iuran anggota komunitas, hibah, sumbangan, dll.
Kriteria dan jumlah materi iklan	Terbuka luas. 20 % dari keseluruhan jam tayang	Tak boleh menerima iklan <i>hard selling</i> . Biasanya hanya sponsor program, maksimal 15 % dari keseluruhan jam tayang.	ILM (<i>public service announcement</i>) bukan iklan <i>hard selling</i> biasanya berupa sponsor program. Maksimal 10 % dari keseluruhan jam tayang.

Gambar 1.

Munculnya lembaga penyiaran publik lokal (televisi publik lokal) di daerah-daerah ini, berdasarkan klausul tentang lembaga penyiaran publik daerah. Hal itu berangkat dari kesadaran bahwa Indonesia yang sedemikian luas, tidak mungkin dilayani hanya dengan satu televisi atau radio publik, katakanlah TVRI dan RRI. Maka dari itu lembaga penyiaran publik perlu didirikan di tingkat propinsi atau daerah tingkat dua (kabupaten/kota).³⁶ Dan juga ada keyakinan bahwa masyarakat setempat mempunyai hak untuk mendapatkan, atau

³⁶ Ibid, hlm. 114.

membutuhkan program-program penyiaran lain yang lebih bermanfaat di luar apa yang telah dicoba berikan oleh lembaga penyiaran komersial.³⁷

Siaran televisi swasta nasional lebih banyak menayangkan program acara hiburan atau tayangan-tayangan lokal Jakarta saja, ketimbang tayangan-tayangan yang ada di daerah-daerah. Padahal kondisi masyarakat sudah semakin kritis dan selektif terhadap jenis-jenis informasi maupun hiburan yang disajikan dan membutuhkan *alternatif* lain yang dapat membawa pencerahan dalam kehidupan yang lebih bermakna. Atau daerah mereka memang benar-benar membutuhkannya karena tidak terlayani (*blank spot*) oleh stasiun televisi yang ada.³⁸

6. Strategi Penyiaran Stasiun Televisi

a. *Programming* atau Pemrograman sebagai strategi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.³⁹ Perencanaan di sini dapat diartikan sebagai proses kegiatan persiapan yang sistematis untuk penyusunan kebijakan yang konsisten menuju tercapainya suatu tujuan tertentu.⁴⁰

Menurut Jauch dan Glueck, strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan

³⁷ Effendi Gazali. *Op.cit.*, hlm. 168.

³⁸ *Ibid*, hlm. 169

³⁹ Onong Uchjana, *Op.cit.* hlm. 32.

⁴⁰ Catatan Kuliah *Perencanaan Komunikasi*, tanggal 16 September 2002

tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.⁴¹

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan, bahwa strategi adalah usaha merencanakan (taktik operasional) perusahaan guna mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi mencerminkan kesadaran organisasi mengenai bagaimana taktik yang tepat agar sebuah perusahaan dapat berjalan sesuai dengan misi yang telah diharapkan. Strategi dalam stasiun televisi itu sendiri dituangkan dalam bentuk taktik penyusunan program acara agar pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan selera khalayak yang dituju sebagai sasaran penerima pesan.

Easman, Klien, dan Head mengatakan :

"Strategi refers to the planning and directing of large-scale operations. In this case, entire schedule or broadcast station and cable system of broadcast and cable network". Bahwa yang dimaksud dengan strategi adalah perencanaan dan pengarahan operasi skala besar, dalam hal ini mencakup keseluruhan penjadwalan stasiun-stasiun penyiaran, penyiaran sistem kabel, dan jaringan kabel.⁴²

Kata kunci dalam definisi strategi diatas adalah perencanaan. Wahyudi, mengatakan bahwa mata acara yang dipilih, diproduksi, dan disiarkan harus melalui perencanaan yang sempurna.⁴³ Stasiun televisi untuk dapat menayangkan program-program acaranya dan dapat diterima oleh khalayak tentunya memerlukan strategi, strategi yang dilakukannya adalah dengan melakukan kegiatan pemrograman. Pemrograman dapat diartikan sebagai suatu strategi yang digunakan untuk penyusunan program acara dalam bentuk jadwal terpolo untuk

⁴¹ Lawrence R. Jauch and William F. Glueck, *Manajemen dan Strategi Perusahaan*, Edisi 3, Airlangga, Jakarta, 1996, hlm.12.

⁴² Susan Tyler Eastman, Lewis Klien dan Sydney W. Head, *Broadcast/Cable Programming Strategic And Practice*, 2nd Edition, Wadsworth Publising Company, California, 1985, hlm. 4.

⁴³ JB.Wahyudi, Op.cit, hlm 1

menarik dengan seksama apa yang kita sebut target audiens (khalayak).⁴⁴ Lebih

lanjut Eastman, Klien dan Head mendefinisikannya :

“Programming can be defined as the strategi use of program arranged in schedule design to attract carefully defined target audience”.
(Programming didefinisikan sebagai strategi penggunaan program yang sudah tersusun, yang dirancang untuk menarik audiens yang telah ditentukan).⁴⁵

Dari uraian diatas, jelas bahwa dalam siaran televisi dibutuhkan sebuah strategi agar program-program acara yang ditayangkan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pemrograman merupakan strategi bagi stasiun televisi dalam menyiarkan program-program acaranya kepada khalayak, agar khalayak terpuaskan dan betah dalam menyaksikan program-program acara yang disajikan.

Namun, setiap program acara pada stasiun televisi memiliki ciri-ciri sendiri dalam mempengaruhi khalayak sasarnya, terkadang suatu program acara diminati dan dinanti-nanti siarannya oleh khalayak, terkadang juga khalayak mengacuhkan program acara yang sedang beroperasi (siaran), atau mungkin menggantinya dengan program acara yang lain (*channel* stasiun televisi yang lain), bisa jadi khalayak malah mematikan televisinya dan mengganti aktifitas menonton televisi dengan kegiatan yang lain. Oleh sebab itu, kegiatan pemrograman sangatlah penting untuk dilakukan oleh stasiun televisi karena menentukan berhasil dan tidaknya sebuah program dalam meraih khalayak yang dituju.

Program acara yang disajikan harus berorientasi pada selera, keinginan, dan kebutuhan khalayak, karena khalayak adalah sasaran dari siaran program acara televisi yang disajikan. Khalayak tidak dapat dipaksa, karena mereka

⁴⁴ Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran radio*, Laporan penelitian UGM, 1997, Hlm 27

⁴⁵ Eastman, Klien dan Head, *Op.cit.*, hlm 36

memiliki hak sepenuhnya untuk memutuskan menonton atau tidak. Pakar Psikologi, Robert .K. Avery dalam karya tulisnya yang berjudul "*Communication and the Media*", berpendapat bahwa individu dalam menerima isi pesan dari media massa, akan melakukan tiga bentuk seleksi, yaitu:⁴⁶

1. *Selektif Attention*, artinya individu hanya akan memperhatikan isi pesan yang menarik bagi dirinya.
2. *Selektif Perception*, artinya individu akan mengartikan isi pesan sesuai dengan kemampuannya.
3. *Selektif Retention*, artinya individu hanya mau mengingat isi pesan yang memang ingin dia ingat.

Dengan kondisi khalayak yang demikian, maka harus mendapat perhatian secara cermat dari para pengelola stasiun televisi dalam merencanakan program siarannya, inilah tantangan bagi pengelola stasiun televisi dalam hal ini *program director* atau programer untuk bisa mengemas program acaranya semenarik mungkin. Apalagi Indonesia yang menganut kebijakan udara terbuka (*open sky policy*), dimana kebijakan ini menyebabkan terjadinya perang program siaran, dalam arti terjadi persaingan program siaran dari berbagai stasiun televisi yang ada.

Masing-masing stasiun televisi berlomba-lomba mengemas program-program acaranya semenarik mungkin untuk merebut perhatian khalayak. Hal tersebut berarti juga, bahwa khalayak pemirsa mempunyai banyak pilihan untuk menonton program siaran televisi. Dengan terjadinya persaingan program siaran tadi, sekali lagi harus mendapat perhatian khusus bagi mereka yang berkecimpung

⁴⁶ J.B. Wahyudi, Op.cit., hlm. 3

pada media penyiaran ini, dalam arti untuk terus-menerus berupaya meningkatkan program siarannya, kalau tidak ingin ditinggalkan pemirsanya.⁴⁷

Bagi stasiun televisi swasta persaingan program acara bukan hanya untuk merebut perhatian khalayak saja, akan tetapi juga merebut perhatian para pengiklan. Sedangkan bagi stasiun televisi publik, harus mampu mengimbangi program-program acara televisi swasta tanpa harus kehilangan identitasnya sebagai media yang memberikan layanan kepada publik.

Pemrograman tidak mempunyai pola yang baku, karena masing-masing stasiun televisi mempunyai kebijakan sendiri-sendiri dalam menetapkan pemrograman acaranya. Mengingat status, kondisi, serta tujuan dari masing-masing stasiun televisi berbeda-beda. Kebijakan pemrograman bagi stasiun televisi publik berbeda dengan stasiun televisi swasta, stasiun televisi publik sendiri juga akan berbeda dengan stasiun televisi publik lainnya, begitu juga dengan stasiun televisi swasta juga akan berbeda dengan stasiun televisi swasta lainnya. Hal ini dipicu karena banyaknya stasiun-stasiun televisi yang ada dimana masing-masing stasiun televisi mempunyai strategi sendiri-sendiri dalam menyajikan program-program acaranya untuk merebut perhatian pemirsa.

Memang program acara televisi dibuat melalui cara-cara yang sama. Misalnya sebuah program acara film melibatkan sutradara, kameramen, produser, artis, dan sebagainya, tapi dalam menyajikannya setiap stasiun televisi memiliki cara yang berbeda-beda. Hal ini tergantung dari kebijakan pemrograman yang

⁴⁷ Darwanto, *Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana University Press, 1994, hlm 14.

dijalankan oleh masing-masing stasiun televisi. Seperti yang diungkapkan oleh

Dominick :⁴⁸

“Production methods for public television are similar to those of commercial TV. Decision concerning what programs will be produced, however, are reached in a totally different manners”

Namun pada intinya, setiap stasiun televisi apapun statusnya pemrograman adalah keharusan bagi stasiun televisi karena stasiun televisi selalu menyiarkan program-program acara yang ditujukan kepada segenap khalayak dan seharusnya program-program acara tersebut disusun dalam susunan acara dengan memperhatikan waktu yang dimiliki khalayak.⁴⁹

Program acara tidak asal ditampilkan, program acara merupakan ujung tombak sebuah stasiun televisi yang langsung bersentuhan dengan khalayak, karena itulah dibutuhkan strategi. Disinilah arti penting pemrograman agar program acara yang disajikan dapat diterima khalayak dan sesuai dengan selera dan keinginan khalayak yang dituju, terlebih sesuai dengan waktu yang dimiliki khalayak sarannya. Pemrograman juga dapat mempresentasikan identitas stasiun televisi yang bersangkutan melalui program-program acara yang disajikan. Keberhasilan stasiun televisi dalam menyiarkan program-program acaranya sangat tergantung dengan keberhasilannya dalam merencanakan dan menyusun pemrograman yang baik dan benar. Seperti yang dikatakan Shiraishi :⁵⁰ *“the success of broadcasting enterprise depend upon the programming”*.

⁴⁸ Dominick dalam Rosini, *TPI : Kebijakan programming TPI dalam kurun waktu 1991-2001*, UGM, hlm 12

⁴⁹ Budi Sayoga, *Op.cit*, hlm 29

⁵⁰ K. Shiraishi, *Broadcasting and Programming*, JICA Expert to MMTC, 1987, hlm 4

Dari keseluruhan kebijakan *programming* atau pemrograman yang berbeda-beda dari tiap stasiun televisi yang dipaparkan diatas, terdapat sifat-sifat ataupun atribut-atribut yang melekat pada media televisi yang menimbulkan implikasi penting diterapkannya strategi penyiaran dalam kegiatan *programming* atau pemrograman yang akan dijalankannya. Sifat-sifat ataupun atribut-atribut tersebut antara lain:⁵¹

1. *Easy of delivery* (kemudahannya dalam proses pengiriman pesan)

Salah satu sifat media televisi adalah dapat menjangkau khalayak dalam waktu yang bersamaan. Hal ini tidak dilakukan oleh media lain, terutama media cetak. Sifat inilah yang harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh programmer agar khalayak menggunakan atau menonton televisi. Khalayak akan melakukan hal tersebut bila terdapat program acara yang sesuai dengan keinginannya.

2. *Continous Available* (kontinuitas siaran).

Untuk memenuhi kebutuhan siarannya, maka diperlukan stok materi program, salah satu strategi yang dapat diterapkan stasiun televisi adalah menjaga program-programnya agar tetap bisa ditayangkan.

3. *Ease of Acces* (Kemudahan untuk diakses).

Dalam mengakses media televisi tidaklah sulit, tidak diperlukan tiket untuk layaknya menonton bioskop. Khalayak hanya menyalakan pesawat televisi dan bebas untuk memindah *channel* guna menonton program acara favoritnya. Akibatnya televisi mampu menjangkau audiens yang beragam.

⁵¹ Easmant, Klien, dan Head, Op.cit, hlm 7-9

Otomatis siaran televisi dapat mengatasi hambatan geografis, usia, strata sosial, jenis kelamin, dan sebagainya.

4. *Capacity of Realism.*

Televisi mempunyai kemampuan untuk menghadirkan realisme (kenyataan) kepada banyak orang. Hal ini harus dimanfaatkan programmer agar orang senantiasa menonton televisi.

5. *Potencial For Social Impact* (Potensial untuk menentukan dampak sosial).

Tayangan televisi mampu menimbulkan dampak sosial, oleh karena itu programmer harus berhati-hati agar tidak menimbulkan kekacauan di masyarakat.

Dari sejumlah sifat-sifat ataupun atribut-atribut yang melekat pada stasiun televisi tersebut, membuat stasiun televisi (pengelola stasiun TV atau programmer) harus mampu mengatur suatu strategi agar *programming* atau pemrograman yang direncanakan dan disusunnya dapat diterima atau sampai pada diri khaiayak yang dituju. Head menguraikan lima elemen strategi dalam *programming* atau pemrograman stasiun televisi, yaitu:⁵²

1. *Strategi Kesesuaian (Compability)*

Yaitu kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program dan pokok masalah yang disesuaikan dengan kegiatan khalayak sehari-hari. Seperti kapan biasanya mereka sarapan, bekerja, santai, dan sebagainya. Dan bagaimana memilah program acara untuk disiarkan dengan melihat

⁵² Ibid, hlm 10-16.

kerangka referensi dari audiens, ketepatan pemilihan hari dan jam tayang sehingga pesan-pesan yang disampaikannya menjadi efektif.

2. *Strategi Pembentukan kebiasaan (Habit Information)*

Yaitu strategi untuk membentuk kebiasaan-kebiasaan khalayak untuk menonton program acara yang ditayangkan, yang dihasilkan dengan adanya penjadwalan program-program acara melalui prediksi yang seksama. Bagaimana sebuah program acara dikemas sedemikian rupa dan ditetapkan di dalam pola penjadwalan yang tepat sehingga diharapkan akan membentuk suatu kebiasaan pemirsa dalam menonton acara televisi. Tak jarang di dalam strategi pembentukan kebiasaan ini timbul sikap fanatik khalayak terhadap suatu program.

3. *Strategi Pengontrol arus audience (Control of Audience flow)*

Yaitu untuk memaksimalkan jumlah khalayak yang mengalir dari program yang satu ke program yang lain, dan untuk meminimalkan khalayak yang mengalir ke saluran lain. Bagaimana membuat khalayak dapat menonton sebuah program acara selanjutnya setelah program acara yang satu selesai. Kemudian juga bagaimana bisa membuat khalayak tidak beralih ke saluran televisi yang lain.

4. *Strategi penyimpanan sumber-sumber program (Conservation of program resources)*

Menyimpan program agar program-program tersebut dapat dipakai lagi pada periode/waktu yang akan datang, dengan pendekatan dan penyajian (kemasan) yang berbeda. Penyimpanan program acara ini

penting, karena dimungkinkan program tersebut dapat disajikan kembali di lain waktu.

5. *Strategi daya penarik massa (breadth of Appeal/ mass Appeal)*

Strategi untuk mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin menarik perhatian khalayak pemirsa yang dituju, berdasarkan selera, kebutuhan, atau ketertarikan mereka. Bagaimana sebuah program acara dikemas sedemikian rupa dan semenarik mungkin agar mempunyai kekuatan supaya khalayak menyenangi atau tertarik menonton sebuah program acara.

Pemrograman adalah strategi untuk dapat meraih perhatian khalayak. Suatu strategi dalam penyusunan program acara sehingga program acara yang disiarkan tepat sasaran kepada target audiens yang telah ditetapkan. Ini penting, untuk stasiun televisi lokal yang ada di daerah, apalagi televisi lokal yang sifatnya publik lokal karena seperti apa yang kita ketahui bersama, bahwa khalayak lebih menyukai tayangan-tayangan program acara yang ada pada televisi swasta (nasional/lokal), daripada program-program acara yang ada pada televisi publik.

Mengingat pentingnya pemrograman bagi stasiun televisi, maka bagi programmer yang bertugas harus mampu menghadapi tuntutan-tuntutan untuk terus dapat mengungkapkan secara kongkrit kebijakan operasional dari stasiunnya. adapun ruang lingkup programmer adalah sebagai berikut :⁵³

1. Memilih dan menentukan khalayak sasaran.
2. Menentukan isi dari setiap program acara siaran.

⁵³ Budi Sayoga, Op.cit, hlm 30

3. Menentukan format program siaran.
4. Menentukan waktu penyiaran.
5. Mengalokasikan anggaran produksi.
6. Memutuskan jumlah anggota kerabat kerja dan peralatan yang akan digunakan dalam proses produksi suatu program acara siaran.
7. Merencanakan dan menyusun program siaran (pemrograman) yang baik yang bersifat tahunan, bulanan, mingguan, harian, bahkan susunan program siaran (pemrograman) yang bersifat darurat.

Stasiun televisi lokal (publik lokal) untuk dapat mendekatkan dirinya kepada khalayak diantaranya dengan mengemas dan menayangkan program-program acara yang kental dengan kultur lokal, menayangkan aktifitas keseharian masyarakat di daerah, sehingga program acara yang disajikan dapat menarik perhatian pemirsa lokal dimana stasiun tersebut berada. Walaupun setiap program sifatnya terbuka dan tidak mungkin menyiarkan program yang dapat memuaskan semua orang,⁵⁴ untuk itu dibutuhkan kepekaan stasiun televisi lokal dalam menayangkan program-program acaranya dengan melihat kerangka referensi masyarakat yang menjadi target audiensnya seperti golongan, tingkat pendidikan, status ekonomi, dan kebiasaan-kebiasan masyarakat.

Pemahaman terhadap karakteristik khalayak, mutlak sangat diperlukan bagi stasiun televisi, karena pada prinsipnya stasiun televisi mempunyai kewajiban dalam melayani kebutuhan informasi kepada khalayak. Terlebih stasiun televisi publik (publik lokal) sebagai lembaga penyiaran publik dimana program-

⁵⁴ Sutisno, *Op.cit.*, hlm. 11.

program acaranya harus lebih bermanfaat daripada yang diberikan oleh lembaga penyiaran komersial.

Mengenai kaitannya dengan program acara yang disajikan, bagi televisi publik (lokal/nasional) ada contoh-contoh program acara, seperti:⁵⁵

1. Program-program yang bersifat intruksional (materi pendidikan disertai elaborasi dan intruksi-intruksi) yang memungkinkan pelajaran "*distance learning*".
2. Program-program mengenai budaya dan tradisi serta kearifan didalamnya.
3. Program-program tentang kedalaman dan keteduhan agama serta budi pekerti.
4. Upaya-upaya mencari dan mendiskusikan kedalaman serta keteduhan tersebut tercermin pula dalam program-program jurnalistik lembaga penyiaran publik.
5. Program-program untuk meningkatkan apresiasi terhadap kemajemukan dalam kehidupan bermasyarakat (*living in colors*).
6. Program-program yang mengkampanyekan pengakuan eksistensi sekaligus pemberdayaan kelompok-kelompok minoritas.
7. Program-program untuk anak-anak yang bersih dari adegan kekerasan.
8. Program-program untuk meningkatkan kedudukan dan peran perempuan.
9. Program-program dimana LSM dan kampus-kampus lokal (serta pihak-pihak relevan) dapat mensosialisasikan atau mempublikasikan apa yang telah mereka teliti bersama dengan masyarakat dan mengkritisinya.

⁵⁵ Effendi Gazali, Op.cit., hlm 33-39.

10. Program-program penyampaian ide yang membuka kesempatan lahirnya pemimpin-pemimpin lokal yang berakar di tengah masyarakat (*grass root*).
11. Program-program yang memperlihatkan proses-proses pengambilan kebijakan yang mempengaruhi kehidupan publik di parlemen atau di balai kota.
12. Program-program instruksional yang berisi petunjuk-petunjuk praktis untuk mengatasi persoalan keseharian khalayak di suatu daerah tertentu.
13. Program-program iklan layanan masyarakat.
14. Program-program tentang acara lokal di teater lokal, sekolah publik.
15. Dan sebagainya.

Walaupun program-program acara televisi publik berbeda jauh dengan televisi komersial (swasta), dan mungkin televisi publik kalah kreatif dalam mengemas atau membuat program acaranya. Namun televisi publik (publik lokal) tetap diharuskan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas program-programnya agar tidak ditinggalkan oleh para pemirsanya. Televisi publik harus mampu menerapkan strategi penyiaran melalui kegiatan pemrogramannya secara jitu untuk mengimbangi tayangan-tayangan program acara dari stasiun televisi swasta.

b. Strategi televisi publik untuk meningkatkan kualitas siarannya.

Selain strategi melalui elemen pemrograman diatas, stasiun televisi khususnya stasiun televisi publik lokal yang baru berdiri juga harus melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas dalam penyiarannya, agar dapat menarik

perhatian khalayak sekaligus melakukan pendekatan-pendekatan kepada para pemirsanya, diantaranya dengan :⁵⁶

1. Meningkatkan kualitas SDM, berkaitan dengan kinerja kru dan karyawan. Tanpa adanya peningkatan kualitas SDM stasiun televisi tidak bisa memberikan sajian yang menarik dan berkualitas.
2. Melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui program *on air* dan *off air*.
3. Meningkatkan mutu siaran program acara andalan, dengan mengupas masalah-masalah dan fenomena-fenomena terkini.
4. Menerima saran dan kritik dari khalayak sebagai masukan terhadap kinerja staf stasiun televisi, atau dengan kata lain adanya keterlibatan publik dalam lembaga penyiaran publik. Fokus keterlibatan ini adalah pada perencanaan program dan pengembangan kedepan dari stasiun televisi serta evaluasi terhadap apa yang sudah dilakukan stasiun televisi publik tersebut.
5. Menambah stok program-program acara, hal ini dilakukan dengan memproduksi sendiri atau membeli dari PH (*production House*). Selain itu juga untuk mendukung aktifitas dalam penyiarannya, televisi publik bisa melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga ataupun departemen terkait guna mendukung proses penyelenggaraan siarannya, misalnya ketika akan menayangkan program acara pertanian, maka stasiun televisi bisa melakukan kerjasama dengan departemen pertanian

⁵⁶ Dari berbagai sumber

6. Mensponsori kegiatan-kegiatan tertentu, agar lebih dikenal luas oleh masyarakat dan dapat menjaga eksistensinya.

F. KERANGKA KONSEP

1. Strategi Penyiaran Program Acara

Strategi merupakan perencanaan secara cermat yang mampu menjelaskan taktik operasionalnya dari suatu tujuan yang hendak dicapai, strategi juga mencerminkan kesadaran organisasi/perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dan dimana organisasi/perusahaan tersebut dalam melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan.

Penyiaran adalah proses penyelenggaraan siaran, dimana output dari siaran tersebut adalah dengan penayangan program acara. Program acara sendiri merupakan sebuah paket atau bahan untuk siaran televisi yang telah disusun dalam suatu format sajian dengan unsur *audio visual* yang secara teknis telah memenuhi standar estetik dan artistik (*broadcast standart*). Setiap program televisi memiliki sasaran yang jelas dan harus diperhitungkan taktik dan cara sebelum program tersebut disiarkan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Yang dimaksud strategi penyiaran program acara dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai suatu strategi agar proses penyelenggaraan siaran dapat berjalan dengan lancar dan supaya program acara atau siarannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini implementasi dari strategi penyiaran program acara yang dibicarakan berupa bagaimana strategi yang dijalankan Rati TV melalui kegiatan pemrograman yang dijalankannya agar program acara yang disajikan dapat menarik perhatian khalayak untuk menyaksikan siaran-siaran

Ratih TV, juga bagaimana pengemasan program-program acaranya yang bernuansakan televisi publik lokal untuk mengimbangi siaran-siaran dari televisi swasta nasional, sekaligus juga berbicara langkah-langkah atau strategi lain yang dilakukan Ratih TV guna mendukung aktifitas kegiatan penyiaran program-program acaranya sebagai televisi publik lokal masyarakat Kebumen.

2. Stasiun Ratih TV

Stasiun Ratih TV adalah stasiun televisi yang ada di Indonesia yang berdiri di Kabupaten Kebumen, Jawa tengah. Yang didirikan oleh Pemerintah daerah Kabupaten Kebumen. dengan biaya operasionalnya diambil dari APBD Kabupaten Kebumen.

3. Televisi Publik Lokal

Televisi publik adalah suatu lembaga penyiaran publik, dimana menurut UU Penyiaran pasal 14 ayat 1 dikatakan bahwa : *“Lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.*

Dari ketentuan UU penyiaran tersebut jelas, bahwa yang mendirikan TV publik adalah pemerintah (negara). Jika di daerah berarti yang mendirikan adalah pemerintah daerah (Pemda). Kemudian adanya klausul didirikannya lembaga penyiaran publik lokal ini didasari oleh UU Penyiaran pasal 14 ayat 3 yang menyatakan : *Di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga*

Penyiaran Publik lokal. Karena Ratih TV didirikan oleh pemerintah Kabupaten Kebumen, maka Ratih TV dapat dikategorikan sebagai televisi publik lokal.

4. Kabupaten Kebumen

Kabupaten Kebumen adalah salah satu daerah di Propinsi Jawa Tengah, daerah dimana stasiun televisi Ratih TV beroperasi.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan metode kualitatif dengan jenis deskriptif, yakni suatu penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif (penggambaran) yang berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan dari setiap perilaku orang yang dicermati. Menurut Jalaludin Rakhmat, penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungannya, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi.⁵⁷

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan langsung di stasiun Ratih TV Kebumen, yang berada di Jalan Kutoarjo No.6 Kebumen.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data. Masing-masing teknik tersebut saling melengkapi satu sama lain. Adapun data-data yang digunakan tersebut adalah :

a. Pengamatan langsung/ Observasi

⁵⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hlm. 24

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh serta dilaksanakan dengan cara mengamati obyek secara langsung. Pengamatan langsung dilakukan terhadap keadaan dan proses kegiatan yang relevan dengan permasalahan penelitian. Pengamatan dan pencatatan peristiwa terhadap obyek di lokasi penelitian dilakukan tanpa harus dengan nara sumber. Peneliti dapat melihat kenyataan di lapangan tanpa harus berkomunikasi dengan narasumber. Sekaligus mengamati faktor-faktor pendukung dan penghambatnya.

b. *Wawancara*

Merupakan proses tanya jawab secara lisan antara dua pihak atau lebih yang berhadapan secara langsung. Wawancara dilakukan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang digariskan maupun pertanyaan spontan. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln Guba antara lain : mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian, kegiatan organisasi, perasaan, motivasi, tuntunan, kepedulian, dan lain-lain kebulatan.

c. *Sumber data penelitian (informan)*

Sumber data (informan) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan komunitas (*Community*). Informan penelitian ditentukan secara *purposive sampling*, yakni dengan pertimbangan untuk mendapatkan sumber informasi yang dipandang mampu memberikan penjelasan tentang strategi penyiaran program acara Ratih TV sebagai televisi publik Kebumen. dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah Manajer dan staf Ratih TV.

d. *Dokumentasi*

yaitu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data sekunder dengan cara melihat arsip-arsip, laporan-laporan yang ada pada stasiun Ratih TV.

e. *Studi Kepustakaan*

yaitu untuk menambah data sekunder dengan memperoleh bahan-bahan pada buku-buku perpustakaan, surat kabar, dan internet melalui situs-situs yang menyajikan artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah analisis data sebagai berikut:⁵⁸

a. *Pengumpulan data*

Adalah data penelitian yang akan diperoleh dengan menggunakan teknik seperti: Wawancara mendalam (*indepth interview*), pengamatan langsung/observasi dan dokumentasi yang diperoleh dari penelitian.

b. *Reduksi data*

Yaitu proses pemilahan, pengkategorian dan pemusatan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian.

c. *Penyajian data*

⁵⁸ Nasution S. *Metode Penelitian Kualitatif*, Tarsito, Bandung, 1992, hal. 14

Yaitu dengan menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi.

d. *Kesimpulan*

Yaitu data-data yang ada dihubungkan, kemudian dibandingkan antara yang satu dengan lainnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan ini.

5. Validitas data

Dalam penelitian kualitatif data atau informasi yang telah berhasil dikumpulkan perlu diusahakan kemantapan dan kebenarannya, oleh karena itu perlu diadakan pemeriksaan data atau validitas data. Yang dimaksud dengan validitas data adalah pembuktian bahwa data yang diperoleh peneliti sesuai dengan apa yang benar-benar terjadi di lapangan dan sesungguhnya. Untuk menguji validitas data peneliti menggunakan metode Triangulasi data dimana untuk mendapatkan data tidak hanya diambil dari satu sumber data saja melainkan dari berbagai sumber.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut,⁵⁹ supaya lebih meyakinkan data sehingga data yang satu terkontrol dengan data yang sama dari sumber yang berbeda.

⁵⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hlm 178