

Strategi Komunikasi Temanggung TV dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital

Ahmad Amirudin

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia
mr.limabelas15@gmail.com

Prihatin Dwi Santoro

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia
hantoro@ummgl.ac.id

Diserahkan: 4 Januari 2024; Direvisi: 16 Maret 2024; Diterima: 20 Maret 2024

Abstract

The purpose of this research is to find out about Temanggung TV's communication strategy in maintaining its existence in the digital era. This research uses a qualitative approach with descriptive analysis techniques, namely research that aims to understand the phenomenon and selected research topic. Primary data in this research was obtained by interviewing and direct observation of informants. Secondary data is obtained from relevant information or sources. This research uses media ecology theory, a science that studies the relationship between media and the environment that supports its existence. The results of this research state that the communication strategy carried out by Temanggung TV to maintain its existence as a local television in the digital era is to continue to follow technological developments such as by utilizing other media, namely social media such as YouTube, Instagram and Facebook. Temanggung TV also relies on creative digital content so that it is not left behind in cultural developments and people's consumption behavior in consuming content.

Keywords: Digital Era, Existence, Local Television, Temanggung TV

Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana strategi komunikasi Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dan topik penelitian yang dipilih. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara serta observasi langsung kepada pihak informan. Data sekunder diperoleh dari keterangan atau sumber yang relevan. Penelitian ini menggunakan teori ekologi media, merupakan ilmu yang mempelajari keterkaitan antara media dan lingkungan yang menopang keberadaannya. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Temanggung TV guna mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal di era digital adalah dengan terus mengikuti perkembangan teknologi seperti dengan memanfaatkan media lain yaitu media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook. Temanggung TV juga mengandalkan konten digital yang kreatif agar tidak tertinggal dalam perkembangan budaya dan perilaku konsumsi masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah konten.

Kata Kunci: Eksistensi, Era Digital, Televisi Lokal, Temanggung TV

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era digital menawarkan pengalaman representasional baru bagi keberlangsungan bisnis stasiun televisi. Dengan adanya kemajuan digitalisasi, akses konsumen terhadap informasi melalui platform digital juga akan berubah. Sebuah media konvensional harus mampu berkembang dan berinovasi untuk menarik khalayak baru (Pamungkas, 2022). Sejauh mana media merespons perkembangan digitalisasi tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi media, namun juga peran media dalam menjalankan fungsi demokratisasi penyiaran. Namun, interaktivitas pada media baru harus dipertimbangkan. Jadi, misalnya, saluran TV lokal tidak boleh mengklaim bahwa kontennya bernilai demokratis jika platform distribusinya memiliki kelemahan interaktivitas.

Salah satu aspek yang menunjukkan urgensi pengaturan penyiaran adalah pembatasan frekuensi. Tanpa regulasi, maka akan terjadi gangguan sinyal. Bila hal ini terjadi, aspek dasar komunikasi tidak tercapai. Contoh sederhananya, Ketika terdapat dua orang atau lebih yang berbicara pada saat yang sama, proses komunikasi pasti akan gagal. Peraturan menentukan siapa yang memenuhi syarat untuk berventilasi dan siapa yang tidak. Dalam hal tersebut, regulasi berperan sebagai mekanisme kontrol.

Terdapat banyak kendala baik di level kebijakan dan implementasinya maupun dari kemampuan manajemen media penyiaran lokal serta dukungan stakeholder di tingkat lokal (Mubarok & Adnjani, 2020). Di dalam kondisi tersebut sebagian praktisi media penyiaran lokal tetap optimis bahwa media lokal sangat dibutuhkan khalayak akan tetapi bagaimana media tersebut dikelola perlu terus dikembangkan. Perkembangan media digital juga tidak luput dari perhatian para praktisi media lokal (Maryani et al., 2021). Media digital menjadi salah satu yang kemudian memberi peluang sekaligus tantangan bagi media lokal baik dari aspek teknis maupun bisnis.

Digitalisasi penyiaran televisi digalakkan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi penggunaan frekuensi, meningkatkan efisiensi pembangunan infrastruktur di industri penyiaran, dan mengembangkan peluang bisnis baru di industri konten. Ketika sistem penyiaran jaringan diperkenalkan di Indonesia, bisnis media penyiaran dimulai dengan semangat demokratisasi. Selain memerlukan sistem jaringan, televisi nasional juga terbatas dalam hal kepemilikan dan jangkauan. Pembatasan itu diharapkan dapat menjamin keberagaman konten dan memastikan kebutuhan informasi masyarakat konsisten dengan aspek sosiologis dan budaya daerah (Pamungkas, 2022).

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran mengatur bahwa lembaga penyiaran swasta yang ingin melakukan siaran secara nasional harus bekerja sama dengan televisi lokal di wilayahnya untuk menyiarkan ulang siaran dan mengintegrasikan penyiaran lokal. Menyesuaikan lembaga penyiaran komersial dengan peraturan ini menciptakan konsep yang berbeda, yaitu pembentukan lembaga penyiaran lokal dengan membuka biro daerah. Peraturan tersebut memunculkan permasalahan yang belum terselesaikan. Dari sudut pandang bisnis, ketentuan ini diperkirakan akan menimbulkan kerugian finansial yang signifikan bagi lembaga penyiaran televisi swasta milik negara yang didirikan sebelum diberlakukannya Undang-Undang Penyiaran pada tahun 2002. Hal tersebut karena penyerapan sumber daya periklanan perlu didistribusikan secara proporsional di antara anggota jaringan untuk produksi konten, gaji staf, pembangunan infrastruktur, produksi dan pembiayaan peralatan studio (Maryani et al., 2021). Buruknya situasi Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) terlihat dari diberlakukannya Sistem Siaran Jaringan (SSJ) di Indonesia, dimana hanya 7 dari 14 TV yang memenuhi jam tayangnya di waktu produktif.

Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Temanggung TV merupakan saluran televisi satelit penyiaran publik lokal yang resmi mulai menjalankan operasi pada tahun 2016 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2017 tentang lembaga penyiaran lokal. Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Temanggung Tv menjadi stasiun Televisi milik pemerintah mulai tahun 2016. Dan sejak tahun 2021,

Temanggung TV dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Temanggung. Hal ini mencerminkan bentuk kepedulian dari Pemerintah Kabupaten Temanggung untuk memberikan informasi lokal kepada masyarakat dengan lebih mempromosikan potensi lokal khususnya di daerah Temanggung. Informasi utama yang disuguhkan Temanggung TV kepada masyarakat adalah informasi mengenai pemerintah, pembangunan, pendidikan, kebudayaan, pariwisata, kemasyarakatan dan hiburan dari seluruh wilayah Kabupaten Temanggung.

Temanggung TV sudah melakukan perpindahan dari yang tadinya TV konvensional menjadi TV digital. Sesuai dengan peraturan pemerintah. Sesuai Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, pemerintah wajib mulai mengalihkan siaran televisi di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dari sistem analog ke digital pada tanggal 2 November 2022. Program ini dikenal dengan Analog Switch Off (ASO). Oleh karena itu, Temanggung TV menerapkan beberapa strategi agar tetap bisa mempertahankan eksistensinya demi menunjang kelangsungan hidupnya sebagai salah satu media penyiaran televisi lokal. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yasha Langitta Setiawan, dkk. pada tahun 2023 dengan judul "Strategi Komunikasi INews TV Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital". Hasil dari penelitian tersebut adalah INews TV Padang menggunakan youtube sebagai media komunikasi live streaming serta menggunakan Facebook dan Instagram untuk mempromosikan konten siaran yang disiarkan. Konten INews TV berfokus pada berita lokal dan mempromosikan pariwisata lokal yang terdapat di Sumatera Barat. Kendala yang dihadapi INews TV Padang adalah sumber daya manusia yang sangat terbatas, sumber daya keuangan yang kurang optimal, dan keterbatasan alat pemberitaan siaran sehingga menghambat pelaksanaan program acara (Setiawan et al., 2023); (2) Penelitian selanjutnya, yaitu sebuah penelitian yang dilakukan oleh Mubarok Mubarok, Made Dwi Adnjani pada tahun 2020 dengan judul "Kesiapan Industri TV Lokal Di Jawa Tengah Menuju Migrasi Penyiaran Dari Analog Ke Digital". Hasil penelitian tersebut menunjukkan kesiapan televisi lokal di Jawa Tengah dalam menyambut era penyiaran digital didasari oleh beberapa tema, yaitu: 1. Pengetahuan tentang transisi penyiaran analog ke digital, 2. Ditunjukkan dalam kesiapan teknis, kesiapan sumber daya manusia, penyiapan konten siaran, 3. Pengembangan potensi daerah (Mubarok & Adnjani, 2020); (3) Penelitian yang lainnya, yaitu sebuah penelitian yang dilakukan oleh Moh Sey Prayogo dan Elly Nur Agustin pada tahun 2023 dengan judul "Transformasi Strategi Media Televisi Lokal JTV Surabaya Di Era Digitalisasi Dan Konvergensi Media". Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa JTV dapat bertahan dengan melakukan inovasi di era konvergensi untuk menghasilkan konten kreatif di berbagai platform media digital sebagai respons terhadap perubahan perilaku akses berita masyarakat (Prayogo & Agustin, 2023).

KAJIAN PUSTAKA

Strategi yang diterapkan oleh Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal di Temanggung, Jawa Tengah agar mampu bertahan dan bersaing dengan saluran televisi lain merupakan salah satu bentuk dari teori ekologi media. Pada dasarnya Teori ekologi media merupakan ilmu yang mempelajari keterkaitan antara media dan lingkungan yang menopang keberadaannya (Suryantara et al., 2022). Teori ekologi media pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964. Bahkan dalam kehidupan sehari-hari, mayoritas masyarakat tidak bisa lepas dari media dan teknologi. Teknologi akan terus menjadi fokus perhatian masyarakat terutama pada penggunaan media. Media diibaratkan menjadi makanan sehari-hari bahkan manusia lebih banyak mengonsumsi media ketimbang makanan yang menjadi kebutuhan manusia. Terlihat jelas bahwa media memiliki pengaruh yang tinggi bagi kehidupan manusia. Dari penjelasan tersebut ternyata ada dampak yang ditimbulkan dari penggunaan

media. Teknologi telah mempengaruhi manusia melalui persepsi, pola pikir, tindakan, perilaku, dan cara berkomunikasi dalam penggunaan media. Konsep yang paling terkenal dari Marshall McLuhan adalah “medium adalah pesan”, baginya medium lebih penting daripada isi pesanya. Medium dapat mempengaruhi cara berpikir manusia tentang orang lain, dirinya sendiri, dan dunia sekitarnya. Jadi walaupun sebuah pesan dapat mempengaruhi kita, tetapi medium akan memiliki pengaruh lebih besar terhadap alam bawah sadar kita. Segala sesuatu yang dilakukan manusia akan selalu terhubung melalui media. Dengan ini media mempengaruhi manusia sekaligus memudahkan manusia dalam berinteraksi secara global.

STRATEGI KOMUNIKASI

Menurut Onong Uchjana Effendy pada buku yang berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, menyatakan bahwa “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan” (Saragih et al., 2021). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi komunikasi berasal dari kata “strategi” yang berarti rencana tindakan yang terperinci untuk mencapai suatu tujuan, dan komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami (Kusuma, 2021). dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi mempunyai makna yang menyeluruh dan memiliki tujuan yang sama, yakni agar informasi berhasil diterima dan dipahami oleh kelompok sasaran.

TELEVISI LOKAL

Menurut Asosiasi Televisi Lokal Indonesia, televisi lokal adalah saluran televisi yang mengudara secara lokal. TV Lokal adalah stasiun televisi yang terletak pada lokasi tertentu dan dengan jangkauan siaran tertentu (Ardiyanti, 2011). Agar televisi lokal dapat memperoleh kepercayaan publik dan berkontribusi pada demokratisasi media, maka perlu dilakukan pembedaan dengan televisi komersial yang sudah ada dalam hal konten dan arah penyiaran.

EKSISTENSI

Menurut Chaplin dalam bukunya yang berjudul *Kamus Lengkap Psikologi*, menyatakan bahwa “eksistensi adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahani arti kehidupannya sendiri” (Aprilia, 2016). Eksistensi merupakan kualitas yang dimiliki oleh suatu komunitas. Hal ini menjadikan keadaan sosial masyarakat menjadi permanen dan diakui keberadaannya. Agar suatu komunitas tetap eksis, maka diperlukan dukungan dari tim komunitas, hal tersebut membantu menciptakan suasana kolaborasi sehingga dapat membangun ikatan yang erat antar anggota untuk mendukung eksistensi suatu komunitas (Imroni Yusuf, 2022).

ERA DIGITAL

Era digital merupakan suatu keadaan kehidupan atau era dimana segala aktivitas yang menunjang kehidupan dimudahkan oleh teknologi (Satira & Hidriani, 2021). Era digital merupakan era dimana informasi dapat dikumpulkan dan disebarluaskan dengan mudah dan cepat menggunakan teknologi digital. Sedangkan teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan sistem komputer yang terhubung dengan internet. Keduanya terus bersinergi baik di era digital maupun teknologi dan saling mempengaruhi masyarakat, khususnya anak-anak, yang dengan mudah memperoleh informasi dari berbagai sumber.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dan topik penelitian yang dipilih. Pada penelitian ini metode pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin mengetahui secara rinci dan mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan tertentu. Hal-hal tersebut merupakan pertimbangan yang memenuhi kriteria penelitian ini (Setiawan et al., 2023). Kriteria identifikasi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Aktif sebagai Kru Temanggung TV 2) Mengetahui dan mengenal lebih tentang Temanggung TV 3) Sebagai salah satu pengelola Temanggung TV. Adapun informan yang dipilih berdasarkan beberapa kriteria di atas adalah sebagai berikut: 1) Suryo Pranoto sebagai kepala bidang program 2) Puput Desita Sari sebagai bendahara APBD dan pendapatan 3) Adhityo Pusika Argo sebagai kameramen dan tim produksi divisi pemberitaan 4) Novanda Yodhy Pratama sebagai editor serta pengelola media sosial Temanggung TV 5) Gesit Ryan Sari sebagai staff marketing. Rentang waktu pengumpulan data dalam penelitian ini memakan waktu sekitar 2 bulan, yaitu pada bulan September 2023 hingga bulan November 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri penyiaran, khususnya televisi, saat ini sedang mengalami transisi dari sistem analog ke digital. Sistem ini meningkatkan kemungkinan lahirnya saluran TV baru. Sebab, spektrum frekuensi digunakan lebih efisien. Secara teknis, pita frekuensi TV analog juga dapat digunakan untuk transmisi TV digital. Perbandingan bandwidth frekuensi yang digunakan pada teknologi analog dan digital mencapai 1:6. Jika teknologi analog memerlukan bandwidth sebesar 8 MHz untuk saluran transmisinya, teknologi digital memungkinkan hingga 6 hingga 8 saluran transmisi ditransmisikan secara bersamaan untuk program berbeda pada bandwidth yang sama (menggunakan teknik multiplexing).

Munculnya saluran televisi baru jelas membawa tantangan baru, karena industri televisi harus mampu menawarkan konten yang lebih beragam dan mendidik. Oleh karena itu, industri pertelevisian membutuhkan banyak orang dengan kualifikasi dan keterampilan yang sesuai. Sepertihalnya Temanggung TV, Temanggung TV merupakan salah satu televisi lokal yang dapat dinyatakan bisa mempertahankan eksistensinya di era digital. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari sebuah berita tentang Temanggung TV. Pada Jumat, 17 November 2023 LPPL Temanggung TV berhasil meraih prestasi yang membanggakan dengan meraih Juara 3 Televisi Lokal Terbaik se-Jawa Tengah pada Anugerah KPID Awards 2023. Penghargaan tersebut diserahkan pada acara Anugerah Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia (KPID) Wilayah Jawa Tengah yang digelar di Studio 1 TVRI, Semarang, Jawa Tengah. Hamidullah Ibda, Ketua Dewan Pengawas dan Pjs. Direktur Utama LPPL Temanggung TV, menyampaikan rasa syukur atas pencapaian Juara 3 tersebut. Meskipun ini adalah partisipasi pertama dalam ajang tersebut, Hamidullah Ibda menyatakan bahwa prestasi ini akan menjadi dorongan semangat untuk terus melakukan perbaikan pada berbagai aspek kelembagaan, SDM, program, dan berita-berita guna kemajuan penyiaran di Jawa Tengah.

Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Temanggung TV merupakan saluran televisi satelit penyiaran publik lokal yang resmi mulai menjalankan operasi pada tahun 2016 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2017 tentang lembaga penyiaran lokal. Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Temanggung Tv menjadi stasiun Televisi milik pemerintah mulai tahun 2016. Dan sejak tahun 2021, Temanggung TV dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Temanggung. Hal ini

mencerminkan bentuk kepedulian dari Pemerintah Kabupaten Temanggung untuk memberikan informasi lokal kepada masyarakat dengan lebih mempromosikan potensi lokal khususnya di daerah Temanggung. Informasi utama yang disuguhkan Temanggung TV kepada masyarakat adalah informasi mengenai pemerintah, pembangunan, pendidikan, kebudayaan, pariwisata, kemasyarakatan dan hiburan dari seluruh wilayah Kabupaten Temanggung.

Menurut Morssan (2008), TV lokal merupakan stasiun dengan coverage area terkecil di suatu kota atau kabupaten. Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2022 mengatur bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan pada tempat-tempat tertentu dalam wilayah Negara Republik Indonesia dan wilayah siarannya terbatas pada tempat-tempat tersebut. Namun penyiaran saluran televisi lokal mungkin memerlukan media transmisi yang dapat menjangkau seluruh wilayah, seperti wilayah Kabupaten Temanggung. Penyebabnya adalah kondisi geografis Kabupaten Temanggung yang berbeda-beda.

Berdasarkan pernyataan yang ada pada web resmi LPPL Temanggung TV, Temanggung TV sendiri mempunyai visi yaitu Temanggung TV hadir di tengah masyarakat dengan menjadi televisi lokal terdepan yang memberikan paradigma baru dalam berfikir dan berperilaku, yang bertujuan memajukan daerah dan masyarakat untuk pengembangan aspek politik, ekonomi, dan sosial budaya. Sedangkan misi Temanggung TV adalah mengedepankan program-program yang berkualitas, informasi aktual, faktual dan berimbang dan sebagai sarana mendidik masyarakat untuk lebih meningkatkan keadilan dan kesejahteraan. Serta menyusun dan menayangkan program program yang dapat menyatukan seni dan budaya, baik lokal maupun regional, yang diharapkan mampu membangkitkan semangat potensi pariwisata seni dan budaya lokal serta upaya pelestariannya. Dan selalu meningkatkan kedekatan dengan pemirsa dan mitra usaha dengan berpegang pada prinsip customer satisfaction. Temanggung TV juga mempunyai sebuah idealism yaitu menjadi stasiun televisi lokal yang mampu bersaing secara nasional dan menampilkan informasi serta hiburan yang berkualitas, sehingga berperan dalam membentuk gaya hidup positif di masyarakat. Idealisme tersebut tercakup dalam slogan: “Dari Temanggung untuk Indonesia”. Temanggung TV merupakan badan media milik pemerintah daerah Kabupaten Temanggung di bawah Dinas Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) Kabupaten Temanggung.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori ekologi media. Teori ekologi media merupakan ilmu yang mempelajari keterkaitan antara media dan lingkungan yang menopang keberadaannya (Suryantara et al., 2022). Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964. Bahkan dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat tidak bisa lepas dari media dan teknologi. Dimmick dan Rothenbuehler mencoba menganalogikan fenomena persaingan antar industri media sebagai proses ekologis. Menurutnya, persaingan media dapat diibaratkan sebagai sebuah makhluk hidup yang harus bertahan dalam lingkungannya (Wahyuni, 2018). Makhluk hidup dapat bertahan hidup karena dapat mencari dan mengonsumsi sumber makanan di daerah tersebut. Dan masalahnya adalah faktor persaingan tidak bisa dihindari karena sumber makanan yang ada terbatas sementara organisme yang bergantung pada pusat makan semakin banyak (Wahyuni, 2018). Di samping itu, Dimmick dan Rothenbuehler menyatakan bahwa media membutuhkan sumber penunjang hidup agar bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sumber penunjang hidup media tersebut dibagi menjadi 3 hal yaitu diantaranya: *capital* (struktur permodalan dan pemasukan iklan), *types of content* (jenis isi media), dan *types of audience* (jenis khalayak sasaran atau target pasar) (Wahyuni, 2018)

Oleh karena itu, agar televisi lokal dapat bertahan di industri penyiaran, diperlukan strategi yang efektif untuk membuat program siaran sekreatif dan semenarik mungkin, serta strategi unik untuk menarik pemirsa. Pengembangan paket program siaran yang menarik pemirsa melalui strategi pemasaran program yang sistematis dan penerapan strategi sumber daya manusia dalam pengelolaan sumber daya manusia. Oleh karena itu, untuk mengetahui strategi Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensi

atau kelangsungan hidupnya sebagai televisi lokal di era digital, maka perlu dilakukan analisis terhadap strategi Temanggung TV dalam mencari sumber pendukung kehidupan dan mengelola sumber daya manusia seperti yang dijelaskan oleh Dimmick dan Rothenbuehler.

Strategi yang dilakukan lembaga penyiaran publik lokal Temanggung TV agar tetap bertahan dan eksis dengan menerapkan 3 sumber penunjang hidup seperti yang telah diungkapkan oleh Dimmick dan Rothenbuehler, dijelaskan sebagai berikut.

TYPES OF CONTENT (JENIS ISI MEDIA)

Konten menunjukkan aspek mengenai program apa saja yang diproduksi oleh media tersebut. Oleh karena itu strategi program sangat diperlukan media televisi dalam memproduksi sebuah program yang akan ditayangkan kepada masyarakat. Untuk mempertahankan programnya, Temanggung TV melaksanakan strategi program. Stasiun TV lokal memerlukan strategi yang tepat agar bisa bertahan dan tetap menayangkan program-program yang berkualitas. Strategi ini digunakan untuk mempertahankan pemirsa dan menghasilkan pendapatan dari iklan.

Untuk menarik perhatian pemirsa, lembaga penyiaran perlu memiliki strategi pemrograman yang jelas sebelum memproduksi sebuah program. Sebelum memproduksi suatu program, Temanggung TV melakukan segmentasi pasar atau penonton pada setiap program berdasarkan usia, pendidikan, dan pekerjaan pada tahap perencanaan. Hal ini membantu media penyiaran memahami pemirsanya dan memungkinkan Temanggung TV menyediakan program yang relevan dan diperlukan bagi pemirsa. Ada berbagai program acara yang disajikan oleh Temanggung TV seperti Berita, Hiburan dan Edukasi.

Tabel 1. Program Acara

| | |
|--------------------------|--|
| NEWS | |
| Berita Kabar Temanggung | Program berita 3 segment dengan konten umum tentang Kabupaten Temanggung. |
| Kabar Temanggung Sepekan | Program berita 5 segment dengan konten umum tentang Kabupaten Temanggung |
| PAMIRSO | Program ini mengangkat tentang adat, budaya, serta potensi-potensi yang ada di beberapa desa pada Kabupaten Temanggung. Kepanjangan dari "PAMIRSO" adalah Para Artis Mider Deso. |
| HIBURAN MUSIK | |
| Irama Dangdut | Program musik 5 segment dengan konten hiburan musik yang menayangkan Orkes Melayu dari Temanggung dan sekitarnya |
| Melodi Kenangan | Program musik 5 segment dengan konten hiburan musik yang menayangkan lagu-lagu kenangan era 80an |
| Anak Nongkrong | Program musik 5 segment dengan konten hiburan musik yang menayangkan lagu-lagu Akustik Outdoor dengan segmentasi anak muda |
| Musik Kita | Program musik 5 segment dengan konten hiburan musik yang menayangkan lagu-lagu full band di dalam studio |
| Clip On | Program musik 5 segment dengan konten video clip local Temanggung |
| Qasimania | Program musik 5 segment dengan home band Qasima yang merupakan artis Temanggung |
| Bugar | Program musik 3 segment dengan dengan konten olah raga senam dengan instruktur |
| HIBURAN TRADISIONAL | |

| | |
|----------------------------|--|
| Ketoprak Temanggung | Program hiburan tradisional 5 segment dengan dengan konten ketoprak dengan lakon lokal Temanggung |
| Nglaras Rasa | Program hiburan tradisional campursari 5. segment dengan dengan konten music campur sari dari sekitaran kabupaten Temanggung |
| Matengan | Program hiburan masakan tradisional 3 segment hasil kerjasama dengan PKK |
| TALK SHOW | |
| Keluarga Sehat | Program talkshow kesehatan 5 segment yang menghadirkan narasumber pakar-pakar kesehatan di kabupaten Temanggung |
| Momongan | Program talkshow parenting 5 segment yang menghadirkan nara sumber pakar-pakar pengajaran kepada anak |
| Teras Sastra | Program talkshow 5 segment yang membahas literasi dan sastra |
| Kisah Malam Jumat | Program talkshow entertainment 3 segment yang menayangkan kejadian-kejadian supranatural |
| Masakan | Program entertainment 3 segment yang menyajikan masakan-masakan dengan narasumber koki dari Temanggung |
| Nyamleng | Program entertainment 3 segmen yang menyajikan review makanan di Temanggung |
| Komunitas Pilihan | Program Talkshow 5 segment yang menghadirkan komunitas-komunitas di Temanggung |
| Jagongan | Program talkshow kesehatan 5 segment dengan konsep podcast |
| Sudut Pandang | Program talkshow 5 segment yang menghadirkan tokoh – tokoh pemerintahan |
| Lebih Dekat | Program talkshow 5 segment yang mengunjungi tokoh dan instansi pemerintahan |
| Jendela Usaha | Program talkshow 5 segment yang menampilkan UMKM di temanggung |
| Profil Orang Sukses | Program talkshow 5 segment yang menampilkan profil orang-orang sukses |
| Visiting Temanggung | Program talkshow 3 segment yang menampilkan potensi desa-desa di Temanggung |
| Publik Milenial | Program talkshow 3 segment yang menampilkan potensi anak muda di Temanggung |
| HIBURAN ANAK | |
| Negeri Dongeng | Program anak 3 segment yang menampilkan pendongeng |
| Bintang Kecil | Program anak 5 segment yang menampilkan potensi anak |
| English Fun | Program anak 3 segment yang menampilkan Pendidikan berbahasa Inggris |
| Sulapan | Program hiburan 3 segment yang menampilkan pesulap Temanggung |
| Kuliah Online Akademi Desa | Program kerjasama 5 segmen yang berisi workshop desa |
| Lensa Kampus | Program 3 segmen yang menayangkan berita ringan produksi mahasiswa universitas broadcast |

Sumber. Data diperoleh dari (Staff Karyawan/Temanggung TV, 2023)

Salah satu cara yang dilakukan Temanggung TV agar tetap eksis adalah dengan cara mempertahankan programnya. Untuk mempertahankan programnya, Temanggung TV sebagai media penyiaran menerapkan strategi program. Temanggung TV selalu berupaya untuk tetap produktif dan menghasilkan konten yang menarik, kreatif, kekinian, serta konten lokal yang dibutuhkan masyarakat. Temanggung TV

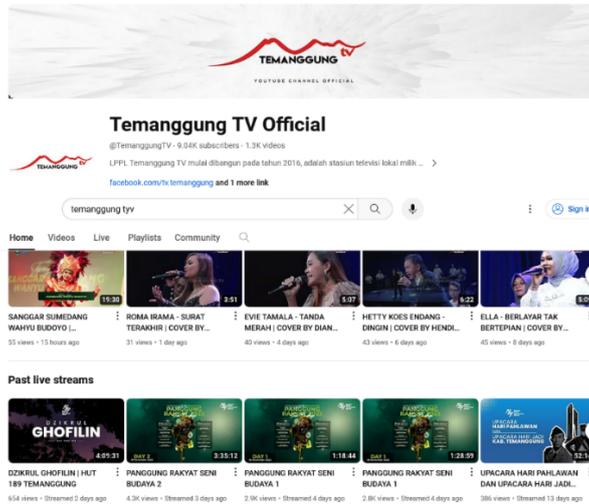
tidak hanya memproduksi programnya sendiri, namun juga bekerja sama dengan pihak ketiga untuk memproduksi programnya, seperti pemerintah dan masyarakat sekitar. Saat ini jenis acara di Temanggung TV diantaranya adalah berita, talkshow, hiburan musik, hiburan anak. Berdasarkan pernyataan yang ada pada web resmi Temanggung TV, saat ini ada beberapa program yang menjadi favorit masyarakat yaitu program Ketoprak Temanggung dan Kabar Temanggung. Program Ketoprak Temanggung merupakan suatu program hiburan tradisional 5 segment dengan konten ketoprak dengan lakon lokal Temanggung. Program ketoprak Temanggung menjadi salah satu program favorit karena menurut masyarakat program tersebut berseri sehingga membuat masyarakat penasaran dengan cerita yang ada pada episode selanjutnya. Program Kabar Temanggung merupakan suatu program berita 3 segment dengan konten umum mengenai Kabupaten Temanggung. Di samping hal itu, Temanggung TV lebih mengunggulkan program acara budaya dan pariwisata. Menurut pemerintah Kabupaten Temanggung, Temanggung TV sangat berperan penting dalam menyiarkan berbagai potensi yang ada di Temanggung, Temanggung TV diharapkan dapat dijadikan sarana untuk kemajuan Kabupaten Temanggung. Untuk memastikan acara-acara tersebut berkesan bagi pemirsa, Taemanggung TV secara rutin memproduksi program dan menayangkannya setiap hari.

Tak hanya itu, Temanggung TV juga memanfaatkan media lain untuk melakukan sebuah promosi terhadap program-programnya. Untuk menarik minat pemirsa terhadap acara-acara yang disiarkan oleh Temanggung TV, maka perlu dilakukan promosi terhadap acara-acara tersebut. Tidak hanya periklanan on-air saja, periklanan off-air juga sangat penting, seperti penggunaan media sosial sebagai sarana promosi program.

Temanggung TV memanfaatkan sebuah media sosial berupa Instagram dan YouTube. Pemanfaatan media sosial ini juga termasuk salah satu strategi komunikasi Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Di era sekarang ini, mayoritas masyarakat sudah menggunakan dan bahkan beberapa dari mereka rutin mengonsumsi media sosial setiap harinya. Penggunaan media sosial ini di samping untuk memperoleh jangkauan yang lebih luas, juga memudahkan masyarakat dalam mengakses sebuah informasi maupun program-program yang disajikan oleh Temanggung TV. Sosial media yang dimiliki Temanggung TV diantaranya: YouTube, Instagram, dan Facebook. Dari observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti mengenai media sosial Temanggung TV, dapat dikatakan bahwa Temanggung TV sukses dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan program-programnya. Berikut tampilan beberapa akun media sosial milik Temanggung TV.

Channel Youtube Temanggung TV

Channel YouTube milik Temanggung TV ini memuat video-video mengenai program-program yang disiarkan oleh Temanggung TV. Konten yang dimuat pada channel @TemanggungTV ini berisi tentang konten musik, budaya, religi, hiburan, talkshow, edukasi. Chanel @TemanggungTV ini hingga bulan Desember 2023 memiliki 9,16 ribu subscribers, lalu untuk program yang memiliki views paling banyak pada chanel tersebut terdapat pada program hiburan yang menampilkan sebuah kesenian daerah maupun acara musik. Dan untuk program berita sendiri ditayangkan pada channel yang berbeda yaitu @newstemanggungtv7794 yang memiliki subscriber sebanyak 4,51 ribu subscribers.



Gambar 1. Tampilan channel YouTube @TemanggungTV

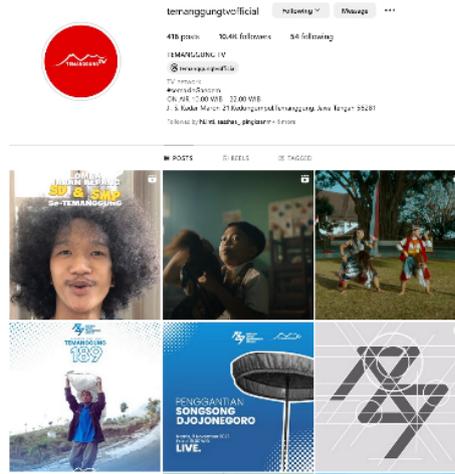


Gambar 2. Tampilan channel YouTube @newstemanggungtv7794

Dipilihnya YouTube sebagai media sosial utama Temanggung TV, karena YouTube merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan anak muda karena mudah diakses kapan saja dan di mana saja serta memiliki ruang penyimpanan yang lebih besar dibandingkan media sosial lainnya. Pada YouTube sendiri terdapat fitur live streaming yang bisa menyiarkan rekaman secara langsung. Temanggung TV juga memanfaatkan fitur tersebut terutama pada saat acara-acara penting baik itu dari instansi sendiri maupun acara yang diselenggarakan oleh pemerintah dan juga masyarakat setempat. YouTube merupakan media sosial yang sangat efektif dan menguntungkan bagi pemirsa Temanggung TV, terutama bagi seseorang yang diluar jangkauan Temanggung TV yang hendak mencari ataupun sekedar menyaksikan konten dari Temanggung TV.

Akun Instagram Temanggung TV

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai alat oleh Temanggung TV untuk mempromosikan jadwal siaran yang akan berlangsung, live streaming, berita terbaru, serta program-program yang sudah diupload di YouTube. Hingga bulan Desember 2023 akun Instagram @temanggungtvofficial memiliki pengikut sebanyak 10,5 ribu pengikut dan 417 postingan yang tertampil di beranda akun Instagram @temanggungtvofficial.



Gambar 3. Tampilan akun Instagram @temanggungtvofficial

Konten-konten Temanggung TV yang ada di Instagram sangatlah bagus, menarik serta kreatif. Terlihat dari beberapa video dengan pembuatan video yang profesional menjadi daya tersendiri bagi masyarakat terutama bagi kaum manak muda. Konten-konten yang ada di akun Instagram Temanggung TV lebih mengunggulkan konten yang bertema budaya, pariwisata, serta potensi-potensi yang ada di Temanggung. Tak hanya itu, akun resmi dari Temanggung TV ini juga dapat menjadi sarana untuk mengiklankan acara-acara tertentu yang diselenggarakan oleh Temanggung.

Halaman Facebook Temanggung TV

Temanggung TV juga memanfaatkan halaman Facebook, Fungsi laman Facebook Temanggung TV tidak jauh beda dengan Instagram yang sama-sama bertujuan untuk melakukan sebuah promosi, menjangkau target penonton yang lebih luas, serta memberikan informasi kepada masyarakat terutama warga Temanggung. Halaman Facebook Temanggung TV hingga bulan Desember 2023 memiliki 8,9 ribu pengikut dan 8,2 ribu like. Untuk interaksi di Facebook ini bisa dibilang kurang aktif jika dilihat dari jumlah like dan beberapa komentar pada postingan yang ada di halaman Facebook Temanggung TV. Jika dibanding Facebook, media sosial lain lebih dimanfaatkan oleh Temanggung TV seperti Instagram dan YouTube. Bahkan untuk program pemberitaan yang ada pada channel YouTube @newstemanggungtv7794 hampir setiap hari rutin mengupload konten.



Gambar 3. Tampilan halaman Facebook Temanggung TV

Bentuk pemanfaatan ketiga saluran media sosial tersebut juga merupakan salah satu cara guna membangun citra Temanggung TV. Positioning merupakan suatu strategi komunikasi yang mengacu pada membangun citra positif di mata masyarakat tentang suatu merek, produk, atau perusahaan yang ditawarkan, sehingga penonton bisa memiliki penilaian tertentu. Pemanfaatan media sosial juga menjadi salah satu strategi Temanggung TV untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat luas agar pengiklan tertarik untuk berkolaborasi dan membuat lebih banyak lagi program yang eksklusif.

TYPES OF AUDIENCE (JENIS KHALAYAK SASARAN ATAU TARGET PASAR)

Agar dapat menjaga kelangsungan hidup dan mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu TV lokal, maka Temanggung TV harus mampu menarik audiennya agar tetap tertarik untuk menyaksikan program acaranya. Mengacu pada kelompok sasaran atau target audiens, temanggung TV melakukan strategi dengan melakukan segmentasi pasar atau penonton pada setiap program yang disajikan berdasarkan umur, pendidikan, dan pekerjaan sebelum program diproduksi pada tahap perencanaan. Hal ini dapat membantu media penyiaran dalam memahami pemirsanya dan memungkinkan Temanggung TV menyediakan program yang relevan yang diperlukan oleh pemirsa.

Temanggung TV memiliki pemirsa dari semua demografi atau segmen baik dari segi usia, pendapatan, dll. Temanggung TV telah memilih pemirsa dari semua demografi atau segmen untuk memperluas pasarnya. Oleh sebab itu, maka program acara yang ditayangkan juga diversifikasi dan beragam untuk memenuhi kebutuhan seluruh pemirsa yang menjadi sasaran audiens Temanggung TV. Setiap program biasanya menargetkan satu atau lebih segmen audiens tertentu.

Cara lain yang dilakukan Temanggung TV untuk menjangkau target pasarnya adalah dengan membangun image bagi Temanggung TV itu sendiri. Berbagai cara dilakukan untuk membangun citra stasiun, seperti menyiarkan slogan dan motto stasiun. Temanggung TV mempunyai sebuah idealisme yaitu menjadi stasiun televisi lokal yang mampu bersaing secara nasional dan menampilkan informasi serta hiburan yang berkualitas, sehingga berperan dalam membentuk gaya hidup positif di masyarakat. Idealisme tersebut tercakup dalam slogan: "Dari Temanggung untuk Indonesia".

CAPITAL (STRUKTUR PERMODALAN DAN PEMASUKAN IKLAN)

Salah satu faktor yang menyebabkan Temanggung TV bisa mempertahankan eksistensinya hingga saat ini adalah dengan didukung oleh modal yang cukup. Temanggung TV sendiri merupakan stasiun televisi lokal yang didirikan oleh pemerintah daerah setempat, sehingga modal yang digunakan untuk pendanaan Temanggung TV bersumber dari pemerintah. Temanggung TV sangat berperan penting dalam menyiarkan berbagai potensi yang terdapat di Temanggung. Selain dana dari pemerintah, Temanggung TV juga mempunyai dana dukungan yang diperoleh dari kerja sama iklan. Seperti yang tertera pada Peraturan Bupati Temanggung nomor 132 tahun 2017.

Sejauh ini, pendapatan Temanggung TV cukup untuk mendanai seluruh program dan sumber daya stafnya. Untuk memperoleh dana yang cukup, Temanggung TV menerapkan strategi pemasarannya dengan meyakinkan kepada pihak pemasang iklan dan memastikan bahwa Temanggung TV memasarkan produknya secara efektif, menggunakan setiap detik siarannya dengan sumber daya yang ada untuk menjangkau pemirsanya, Kerja sama yang baik antar seluruh divisi, serta melakukan promosi melalui siaran televisi dan media sosial. Strategi lain yang dilakukan oleh Temanggung TV yaitu dengan melakukan pelatihan jurnalistik ke beberapa sekolah. Hal ini dilakukan selain untuk menjaga eksistensi juga untuk melakukan sebuah promosi agar dapat menambah SDM untuk kedepannya.

Dalam mempertahankan eksistensinya di era digital, pada saat ini Temanggung TV memiliki beberapa kendala yang tengah dihadapi. Kendala tersebut dibagi menjadi dua yaitu kendala eksternal dan

internal. Kendala internal Temanggung TV berupa masih terbatasnya sumber daya manusia. Dikarenakan pada saat ini karyawan Temanggung TV masih banyak yang double job. Sehingga untuk saat ini Temanggung TV lebih mengutamakan kuantitas terlebih dahulu daripada kualitas. Kendala eksternal berupa bencana. Bencana alam merupakan peristiwa yang tidak dapat diprediksi sebelumnya dan dapat mengganggu operasional penyiaran. Namun kendala bencana alam dapat diatasi dengan melakukan adaptasi terhadap situasi.

KESIMPULAN

Strategi yang paling ditekankan oleh Temanggung TV adalah dengan terus mengikuti perkembangan teknologi seperti dengan memanfaatkan media lain yaitu media sosial. Selain mempunyai jangkauan yang lebih luas, media sosial juga sangat membantu dalam mendapatkan target segmentasi penonton. Pemanfaatan media sosial ini juga sebagai bentuk upaya guna memberikan sarana kepada audiens yang tidak dapat menangkap siaran Temanggung TV. Dalam menggunakan media sosial, Temanggung TV perlu memastikan bahwa konten yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Temanggung TV andalkan konten digital kreatif untuk mengikuti perkembangan budaya masyarakat dan perilaku konsumen saat mengonsumsi konten. salah satu aspek penting dari strategi Temanggung TV yang membuatnya berbeda dengan stasiun televisi lokal lainnya adalah dalam hal kesinambungan program dan hubungan antara media dengan masyarakat. Harapan untuk kedepannya Temanggung TV tetap produktif, terus menayangkan konten lokal Temanggung kepada masyarakat, dan menjadi suatu stasiun televisi yang sangat kompetitif.

REFERENSI

- Aprilia. (2016). Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpase. *Jurnal Repository Unpas*, 15-41. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/12619>
- Ardiyanti, H. (2011). Konsep dan Regulasi TV Lokal Dalam Kerangka Penguatan Budaya Lokal. *Politica*, 2(2), 323-340.
- Imroni Yusuf, M. (2022). Eksistensi Televisi Lokal Di Tengah Era Konvergensi Media Digital (Studi kasus pada pengelolaan konten siaran dan SDM di Jawa Timur Televisi (JTV) Jember. *Articlesl*. <http://digilib.uinkhas.ac.id/12184/>
- Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. *Journal: Sudut Pandang*, 2(1), 1-5.
- Maryani, E., Wibowo, S. K. A., & Ratmita, R. A. (2021). Keberlangsungan MQ TV sebagai media lokal nonjaringan di Bandung, Indonesia. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1), 122. <https://doi.org/10.24198/jmk.v6i1.35652>
- Mubarok, M., & Adnjani, M. D. (2020). Kesiapan Industri TV Lokal di Jawa Tengah Menuju Migrasi Penyiaran dari Analog ke Digital. In *Communicare : Journal of Communication Studies* (Vol. 7, Issue 1, p. 18). <https://doi.org/10.37535/101007120202>
- Pamungkas, A. T. (2022). Strategi Bersaing Stasiun Jaringan NET TV Yogyakarta di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 117-136. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss1.art8>
- Prayogo, M. D., & Agustin, E. N. (2023). TRANSFROMASI STRATEGI MEDIA TELEVISI LOKAL JTV SURABAYA DI ERA DIGITALISASI DAN KONVERGENSI MEDIA. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 3(03), 54-59., 01(04), 1-23.

- Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187-195., 3(2), 187-195. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i2.132>
- Satira, U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida: Islamic Communications Media Studies*, 1(1), 179-202.
- Setiawan, Y. L., Nasir, J., Ariyati, Y., & Wahyudi, T. D. (2023). Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(1), 49-65.
- Suryantara, I. M. P., Hariani, F., & Rahmat, L. A. (2022). Strategi Lombok Tv Dalam Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal Di Mataram. *Widya Sandhi: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 13(1), 51-59. <https://doi.org/10.53977/ws.v13i1.512>
- Wahyuni, N. A. (2018). STRATEGI SRIWIJAYA TV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA SEBAGAI TELEVISI LOKAL SKRIPSI. (*Doctoral Dissertation, UIN RADEN FATAH PALEMBANG*), 372(2), 2499-2508.