

STRATEGI MANAJEMEN PRODUKSI JTV DALAM MENYIARKAN PROGRAM BERKONTEN LOKAL JAWA TIMUR (STUDI KASUS PROGRAM BERITA POJOK KAMPUNG)

STRATEGI MANAJEMEN PRODUKSI JTV DALAM MENYIARKAN PROGRAM BERKONTEN LOKAL JAWA TIMUR (STUDI KASUS PROGRAM BERITA POJOK KAMPUNG)

Muhammad Syahrur Rohman

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Surabaya
muhammadrohman@mhs.unesa.ac.id

Awang Dharmawan

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Surabaya
awangdharmawan@unesa.ac.id

Abstrak

Jtv merupakan salah satu stasiun televisi lokal terbesar di Jawa Timur. Jtv memiliki berbagai program lokal yang menarik salah satunya yang menjadi paling populer di Jtv adalah Pojok Kampung. Pojok Kampung adalah sebuah program acara berita yang memiliki keunikan dalam konten yang ada didalamnya. Tidak hanya isi berita saja yang menggunakan konten lokal secara penuh berita ini juga disampaikan dengan menggunakan bahasa daerah lokal. Penelitian kali ini bertujuan untuk memahami bagaimana cara manajemen Jtv dalam mengelola Pojok Kampung sehingga mampu eksis hingga masa sekarang. Penelitian ini menggunakan konsep dasar manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara terhadap pihak Jtv khususnya kru yang ada di Pojok Kampung, menjalankan observasi secara langsung maupun tidak langsung dan melakukan pengumpulan data yang berupa dokumen pendukung. Hasil dari penelitian ini adalah Pojok Kampung memiliki strategi manajemen produksi program berupa 1) melakukan strategi produksi siaran yang menggunakan konsep POAC dalam melakukan kelola konten internalnya, 2) melakukan metode *segmenting, targeting* dan juga *positioning* untuk merebut pangsa pasar yaitu *audiens* dan pengiklan, 3) memasarkan program – program yang ada di Jtv dengan cara promosi baik off air maupun on air.

Kata Kunci : Jtv, Pojok Kampung, Manajemen produksi , POAC.

Abstract

Jtv is one of the biggest local television in East Java. Jtv has many interesting local programs one of them which is the most popular in Jtv is Pojok Kampung. Pojok Kampung is a news program which has unique content inside that. Not only the news inside the program which full of local conten, this news program is delivered using the local language. This research has purpose to understand how Jtv management in managing Pojok Kampung, so the program can survive until now. This research using basic magement concept POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). This research using case study method with descriptive qualitative approach. Data collection techniques were obtained by interviewing Jtv employees especially crew member of Pojok kampung, make observations directly or indirectly and get data in the form of supporting document. The result of this rearch is Pojok Kampung has production management strategy program which is 1) doing broadcasting strategy by using POAC concept in managing their internal content, 2) using *segmenting, targeting* and *positioning* method to gain market share like audiences and advertisers, 3) marketing Jtv internal programs by promoting both off air and on air.

Key Words : Jtv, Pojok Kampung, Production management, POAC.

PENDAHULUAN

Televisi swasta yang ada di Indonesia, bisa disebut sebagai televisi komersial, hal ini berarti tayangan dalam stasiun televisi swasta di Indonesia lebih mengutamakan tayangan-tayangan yang

berupa hiburan demi untuk mendapatkan keuntungan. Dalam menjalankan fungsinya sebagai media massa, televisi komersial tidak lepas dari program,hiburan. Bisa dilihat bahwa saat ini, *news* atau program berita pun seringkali disajikan

dengan cara yang menghibur. Gaya presenter dalam program berita juga berubah menjadi lebih santai dan tidak terlalu kaku. Dengan gaya penyajian yang seperti itu, program *news* diharapkan membawa nuansa baru yang bisa lebih diterima masyarakat. (Siregar, 2001 : 75)

Salah satu program berita yang unik ada di Jtv yaitu Pojok Kampung. Program ini merupakan program acara berita pertama yang disiarkan dan dikemas menggunakan Bahasa Jawa Timuran. JTV sebagai televisi swasta lokal mengedepankan konten-konten lokal sebagai sajian utama, seperti BCak (Berita Kocak), Cangkruan, Kartolo, Jatim Isuk, Jatim *Awan*, Ngetoprak dan Pojok Kampung (Farihanto, 2012.) Meskipun sering dianggap kontroversial dengan penggunaan pada beberapa istilah bahasa Suroboyoan yang kasar , program acara Pojok Kampung ini dinilai positif oleh para *audiens* yang ada di Jawa Timur.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mercy Junaidi ada salah seorang warga yang berpendapat bahwa program tersebut patut dinantikan karena merupakan salah satu program acara yang khas dan identik sekali dengan Bahasa Jawa timuran, salah satu masyarakat Surabaya menyatakan bahwa program ini merupakan program yang menarik dan patut ditunggu-tunggu, karena program tersebut 100% bahasa Jawa Timur. (Junaidi ,2017:3)

Dalam penelitian ini Pojok Kampung dipilih karena merupakan sebuah program acara yang memiliki berbagai keunikan didalamnya. Pojok Kampung juga merupakan sebuah program berita berbahasa lokal ada di Jtv yang masih bertahan hingga saat ini. Dari beberapa program yang menggunakan bahasa lokal ada pula program seperti Cangkruan yang berjalan akan tetapi memerlukan dukungan dari pengiklan dan ada pula yang berhenti seperti Pojok Kulonan dan juga Pojok Medureh.

Dengan gambaran latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi dan upaya manajemen produksi yang dilakukan oleh JTV dalam menyiarkan program yang menggunakan konten lokal seperti halnya Pojok Kampung. Penelitian ini menggunakan teori konsep manajemen media massa khususnya media penyiaran. Teori tersebut digunakan Jtv selaku

sebuah media penyiaran merupakan sebuah media massa.

Komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi yang dapat diartikan sebagai penyaluran pesan kepada banyak orang melalui sebuah media. Definisi tersebut didukung dengan pernyataan Jay Black dan Frederick C. yang mengungkapkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan diproduksi secara massal kemudian disebarkan kepada massa (penerima) pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Sedangkan menurut Joseph A. Devito komunikasi massa adalah sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas dimana pesan yang dimuat disalurkan oleh pemancar-pemancar audio atau visual (media massa). (Nuruddin, 2007: 12)

Manajemen produksi dalam sebuah media massa khususnya media penyiaran merupakan segala aktivitas atau proses untuk menghasilkan sebuah produk demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam manajemen produksi siaran pada umumnya melakukan konsep yang umum dalam menjalankan proses manajemennya. Konsep tersebut adalah *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* (POAC), konsep ini dilakukan oleh manajer untuk memajemen atau mengatur produksi siaran dalam sebuah televisi. (Morissan, 2008)

a. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan pada sebuah media penyiaran merupakan perencanaan tentang sebuah program. program siaran diarahkan pada program yang akan diproduksi dan jadwal penayang untuk menarik audien sebanyak mungkin dalam waktu tertentu. Perencanaan program meliputi persiapan perencanaan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang bertujuan agar stasiun penyiaran mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan sebuah tahap dimana fungsi ini membahas tentang alur kegiatan yang akan dijalankan dan struktur organisasi dari sebuah media penyiaran televisi. Pada tahap ini dilakukan penggolongan atau pengelompokan bagian - bagian atau jobdesk dalam sebuah organisasi. Hal tersebut dilakukan untuk menjalankan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan sekitarnya. Dua aspek

STRATEGI MANAJEMEN PRODUKSI JTV DALAM MENYIARKAN PROGRAM BERKONTEN LOKAL JAWA TIMUR (STUDI KASUS PROGRAM BERITA POJOK KAMPUNG)

utama dalam tahap ini adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi adalah pengelompokan atau penggolongan kegiatan kerja (*jobdesk*) dari sebuah organisasi agar kegiatan yang sejenis dapat dikelompokkan menjadi satu bagian dengan tujuan untuk memudahkan komunikasi dan dapat bekerja sama. (Morissan, 2008 : 142)

c. *Actuating* (Pengarahan)

Dalam melakukan pengarahan para produser atau redaktur memiliki kemampuan untuk menggerakkan karyawannya untuk melakukan eksekusi terhadap sebuah program. Eksekusi program meliputi kegiatan penayangan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik dipengaruhi oleh bagaimana penataan dan penyusunan berbagai program yang akan ditayangkan. Bagian program mengatur waktu untuk mendapatkan *audiens* yang tepat sasaran, karena waktu penayangan mempengaruhi *audiens* yang akan didapatkan oleh sebuah program.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan dalam media penyiaran meliputi penentuan *standart* kuantitas atau kualitas dari hasil kerja, baik yang berbentuk produk maupun jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan bersama, serta membentuk citra positif dari perusahaan tersebut. pengawasan adalah suatu usaha untuk menetapkan *standart* pelaksanaan dan menyesuaikan dengan tujuan sesuai dengan konsep perencanaan. Membandingkan kegiatan yang dilakukan dengan *standart* yang telah ditetapkan, menentukan dan mengukur penyimpangan dan mengoreksi sumber daya yang digunakan guna menjamin tingkat efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan. (Putri, 2014 : 19)

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*). Menurut Yin (2002) Secara garis besar metode studi kasus ini digunakan untuk menganalisis sebuah jawaban dengan pertanyaan *how* atau *why*. Jenis pendekatan ini digunakan dalam melakukan observasi dan pemahaman dari sebuah kejadian atau fenomena yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi. Informasi atau data tersebut

kemudian digunakan sebagai sebuah solusi untuk fenomena tersebut.

Studi kasus disini digunakan karena metode ini melihat sebuah fenomena yang unik untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini digunakan studi kasus karena untuk mencari jawaban tentang bagaimana strategi manajemen produksi pada Pojok Kampung. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data dengan cara wawancara dan juga observasi secara langsung. Demi mengantisipasi terjadinya hal tersebut maka untuk itu diperlukan konsep teknik analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman. Konsep ini digunakan agar mudah dalam menganalisa data, beberapa *point* dari konsep tersebut adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan beserta saran. (Herdiansyah, 2011 : 163-181).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut konsep dasar manajemen mengacu pada Morissan (2008) ada empat hal utama yaitu : *planning, organizing, actuating* dan *controlling*. Pada pembahasan kali ini hasil dan juga temuan data yang telah didapatkan menunjukkan bahwa Jtv menerapkan beberapa strategi yang unik dalam manajemen Pojok Kampung. Strategi yang dilakukan dalam manajemen produksi Pojok Kampung diantaranya : (1) Memiliki enam rukun berita (2) Menggunakan bahasa Suroboyoan sebagai daya Tarik (3) Format paket (PKG) sebagai konten berita (4) Memilih kru yang berkompeten dan memilih perempuan dengan *look* yang bagus sebagai penyiar (5) Adanya pembagian dan optimalisasi kerja (6) Konsisten dengan jam tayang (7) Adanya sistem *shift, floating* dan juga piket (8) Menggunakan riset Nielsen (9) Menerima kritikan dari audiens.

Jika beberapa strategi tersebut dimasukkan kedalam konsep POAC maka dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. *Planning*

Pojok Kampung memilih bahasa Suroboyoan sebagai pengantar untuk melestarikan dan mengenalkan bahasa tersebut kepada khalayak. Jtv memiliki enam aturan standarisasi berita untuk program berita mereka yang membuat berita dalam Pojok Kampung berbeda dengan lainnya. Pojok kampung juga menggunakan format paket (PKG) dipilih untuk menarik *audiens* karena mampu

membuat berita yang biasa menjadi sebuah berita yang menarik untuk dilihat.

2. Organizing

Untuk menjalankan sebuah organisasi ataupun instansi fungsi pembagian kerja amat perlu dilakukan. Pembagian kerja yang ada pada Pojok Kampung lebih memaksimalkan efektifitas dan efisiensi dalam SDM. Beberapa orang pada jabatan tertentu ada yang memiliki dua pekerjaan dan tanggung jawab. Pojok Kampung menggunakan penyiar wanita yang memiliki *look* yang bagus didepan kamera sebagai salah satu upaya menarik atensi *audiens*. Dalam sistem organisasinya mereka menggunakan komunikasi dua arah untuk berkomunikasi sehingga mendapatkan *feedback* dan efek secara langsung.

3. Actuating

Pimpinan program mengarahkan kru sesuai dengan SOP yang telah ada. Adanya sistem *shift*, *floating* dan juga piket membuat Pojok Kampung memiliki tingkat kehilangan berita yang rendah. Berita yang ada pada Pojok Kampung dikumpulkan pada sebuah bank data yaitu JNMC (*Jawapos News Media Centre*) disini semua berita yang diliput reporter dikumpulkan. Melaksanakan seluruh kegiatan produksi berita secara konsisten dan tepat waktu.

4. Controlling

Fungsi terakhir yang dilakukan adalah pengawasan. Dalam hal ini Jtv melakukannya dengan menyertakan pendapat dari khalayak luas sebagai tambahan pendapat tentang program. Penggunaan survei *Nielsen research* juga menjadi salah satu acuan kesuksesan sebuah program. Pojok Kampung juga melakukan evaluasi terhadap penggunaan bahasa Suroboyoan mereka seperti halnya melakukan penggantian kata yang tidak pantas dan juga adanya pantun ketika akan jeda *commercial break*.

PENUTUP

Simpulan

Jtv menerapkan beberapa strategi yang unik dalam manajemen Pojok Kampung. Strategi yang dilakukan dalam manajemen produksi Pojok Kampung diantaranya dapat dibagi menjadi empat kelompok berdasarkan konsep POAC : (1) Melakukan perencanaan dalam membuat program (*planning*) (2) Melakukan pembagian kerja (3)

Melaksanakan dan melakukan pengarahan kerja (4) Memantau dan melakukan evaluasi program

Saran

Jtv perlu mengadakan survei tentang minat dan kebutuhan masyarakat untuk lebih dekat dengan mereka dan menguatkan *positioning* di mata *audiens*. Selain itu Jtv juga seharusnya memiliki kru atau anggota yang mampu menguasai bahasa Jawa Suroboyoan dengan baik sehingga bahasa yang benar - benar asli lokal Surabaya. Dalam melakukan siaran perlu adanya penyegaran baru terhadap tampilan atau *view* dari program Pojok Kampung. Dari segi konten pemberitaan Pojok Kampung perlu menggunakan format berita yang bervariasi. Dalam sistem organisasi akan lebih baik jika tidak ada pekerjaan ganda pada satu orang karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Farihanto, M Najih. 2012. "*Bahasa Sebagai Strategi Identitas Korporat Televisi Lokal (Studi Deskriptif pada Tayangan Pojok Kampung JTV Surabaya)*". (<http://najiholic.blogspot.com/> diakses 29 November 2017)
- Herdiansyah, H. 2011. "*Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*". Jakarta: Salemba Humanika.
- Junaidi, M. 2017. "*Penerimaan Penonton di Surabaya Terhadap Penggunaan Bahasa Suroboyoan Dalam Program Acara "Pojok Kampung" PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) Surabaya*". Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya : PPs Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Morissan, 2008. "*Manajemen Media Penyiaran*". Jakarta : Media Grafika 77.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Putri, S.T. 2014. "*Manajemen Produksi Program Siaran TV Parlemen Di DPR RI*". Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta : PPs UIN Syarif Hidayatullah.
- Siregar, A. 2001. *Menyingskap Media Penyiaran (Membaca Televisi Melihat Radio)*. LP3Y, Yogyakarta
- Yin, R. K. 2002. *Studi Kasus : Desain dan Metode*, cetakan ke-tiga, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta