

EKSISTENSI TV LOKAL DAN PELESTARIAN BUDAYA

(Studi Kasus pada Sigi TV Tulungagung)

Deny Prio Saputro

denysaputro@mhs.unesa.ac.id

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

gilanggustiaji@unesa.ac.id

Abstrak

Televisi lokal merupakan stasiun televisi yang mempunyai batasan ruang siaran dengan lingkup daerah, sehingga konten siarannya lebih banyak memuat informasi-informasi sekitar dimana stasiun televisi itu berada. Hal inilah yang menjadi kekuatan dari televisi lokal yang mampu mengeksplor kearifan lokal suatu daerah menjadikan televisi lokal mempunyai peranan penting dalam pelestarian kebudayaan daerah. Salah satu televisi lokal yang mampu bertahan ditengah kerasnya industri penyiaran tanpa harus mengabaikan perannya dalam melestarikan kebudayaan adalah Sigi TV Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Sigi TV dalam melestarikan kebudayaan dan sekaligus strategi untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Sigi TV dalam melestarikan kebudayaan dan sekaligus strategi untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Strategi yang digunakan adalah 1) Membuat program acara sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat seperti program budaya, 2) Melakukan promosi program acara melalui media sosial, dan 3) Menentukan target pengiklan di Sigi TV.

Kata kunci: Televisi Lokal, Pelestarian Budaya, Sigi TV Tulungagung

Abstract

Local television is a television station that has limited broadcast space on a regional scale, so that the broadcast content contains more information around where the television station is located. This is the strength of local television that is able to explore the local wisdom of a region, making local television an important role in preserving regional culture. One local television that is able to survive amid the hardships of the broadcasting industry without having to ignore its role in promoting culture is Sigi TV Tulungagung. This study aims to determine the role of Sigi TV in preserving culture and at the same time a strategy to maintain its existence. This study uses a qualitative approach with a case study method. Based on the results of the study, The strategies used are 1) Creating an event program in accordance with what is needed and desired by the community such as cultural programs, 2) Promoting the program through social media, and 3) Determining the target of advertisers on Sigi TV.

Keyword: Local Television, Cultural Conservation, Sigi TV Tulungagung

PENDAHULUAN

Permasalahan Permasalahan Perkembangan industri pertelevisian di Indonesia saat ini terbilang cukup pesat. Banyak sekali stasiun tv yang bermunculan di Indonesia baik itu skala nasional maupun skala lokal. Hal ini didukung dengan adanya UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang mengatur tentang pembatasan kepemilikan saham dan kewajiban melakukan siaran secara jaringan, sehingga mendorong munculnya stasiun televisi baru di Indonesia. Adanya regulasi ini membuat para pelaku bisnis media lokal berlomba – lomba untuk mendirikan stasiun televisi lokal di berbagai daerah di Indonesia (Rinowati, 2011 : 3).

Menurut Sudibyo, (2004:105) TV lokal adalah stasiun penyiaran dengan wilayah siaran yang kecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten saja. Definisi

tersebut juga diperkuat oleh Undang – Undang Penyiaran yang mengatakan bahwa “Stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran tertentu terbatas pada lokasi tersebut” (Pasar 31 ayat 5 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran). Jadi dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa TV lokal adalah televisi yang mempunyai batasan ruang siar berskala daerah, televisi lokal sendiri juga lebih menonjolkan daerah yang menjadi lingkup siarannya.

Televisi lokal mempunyai peranan penting dalam mengangkat unsur lokalitas suatu daerah. Dalam hal ini televisi lokal menayangkan konten-konten yang berisikan unsur-unsur kebudayaan dengan menampilkan program acara bertema budaya seperti kesenian daerah. Televisi lokal memiliki kekuatan tersendiri yang tidak dimiliki oleh televisi swasta nasional, yaitu terletak pada

Eksistensi Tv Lokal Dan Pelestarian Budaya

kelokalannya. Kekuatan televisi lokal yang mampu mengeksplor kebudayaan daerah dan menjadikannya sebuah program tayangan, membuat televisi lokal mempunyai peranan penting dalam melestarikan kebudayaan daerah (Widyastuti, 2014 : 2).

Namun banyaknya TV lokal di berbagai daerah di Indonesia tidak diikuti dengan kualitas yang dimiliki TV lokal tersebut. Masih cukup banyak TV lokal yang kualitasnya tidak sesuai harapan. Dengan semangat membangun lokalitas yang dibawa oleh TV lokal tetapi tidak diimbangi dengan daya untuk bertahan, tak jarang beberapa TV lokal memilih untuk gulung tikar karena persaingan dalam industri penyiaran yang cukup berat. Berbagai persoalan dihadapi oleh TV lokal, salah satunya yaitu tingkat persaingan dengan TV swasta nasional. Selain menghadapi TV swasta nasional dengan kekuatan modal yang besar, beberapa TV lokal juga dihadapkan dengan persoalan lain yaitu keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki. Keterbatasan inilah yang menjadi kelemahan dari TV lokal sehingga menjadi salah satu faktor kualitas produksi program dari beberapa TV lokal tidak sesuai harapan dan kurang memiliki nilai jual (Haryati, 2013 : 5-6).

TV lokal harus lebih menonjolkan keunggulan daerahnya seperti bidang kebudayaan dan kesenian daerah. Karena dalam hal ini televisi lokal bertanggung jawab untuk melestarikan kebudayaan lokal (Hafizh, 2011:25).

Televisi lokal yang hadir di masyarakat menjadi solusi bagi potensi-potensi daerah yang belum terangkat di televisi nasional. Karena kebanyakan tayangan pada televisi swasta nasional muatannya lebih banyak ke budaya massa dan mengabaikan budaya lokal yaitu 20% memuat pendidikan dan informasi dan 80% sisanya adalah hiburan (edukasi.kompas.com, diakses pada 2 Januari 2018). Dengan adanya televisi lokal tersebut potensi-potensi daerah seperti kebudayaan akan mendapatkan porsi lebih untuk ditayangkan. Televisi lokal selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi masyarakat daerah dengan menayangkan kearifan lokal seperti sosial, budaya, peristiwa, ekonomi, dan unsur kedaerahan lainnya, yang tentu saja menjadi kebutuhan bagi masyarakat daerah tersebut.

Seperti halnya media massa lainnya, televisi lokal mempunyai kekuatan sebagai penggerak perekonomian dan pelestarian budaya. Karena itu, televisi lokal hendaknya tidak hanya mengacu pada idealisme komersial, seperti televisi-televisi swasta nasional pada umumnya. Pelaku media penyiaran lokal dalam hal ini televisi lokal harus memperhatikan lokalitas. Karena ini merupakan salah satu kekuatan dan keuntungan yang dimiliki oleh televisi lokal yang tidak dimiliki oleh

televisi swasta nasional. Masyarakat akan cenderung tertarik terhadap apa yang terjadi di daerahnya sendiri (Hafizh, 2011:26-27).

Kehadiran televisi lokal di berbagai daerah di Indonesia menjadi indikator bahwa telah menyebarnya sumber daya penyiaran. Namun meski begitu masih banyak masalah yang dihadapi oleh televisi lokal baik itu dalam internalnya seperti persoalan manajemen perusahaan hingga persoalan sulit mendapatkan share iklan. Banyaknya masalah yang dihadapi oleh televisi lokal memerlukan upaya untuk mengatasinya. Hal ini tidak saja menjadi tanggung jawab regulator penyiar melainkan juga tanggung jawab dari pengelola televisi lokal itu sendiri (Widyastuti, 2014:26).

Dalam persaingan industri penyiaran, TV lokal harus mempunyai strategi atau cara untuk menghadapi persaingan dengan TV lainnya baik itu dengan TV swasta nasional maupun dengan sesama TV lokal di wilayah yang sama. Dalam mempertahankan eksistensinya, pada dasarnya TV lokal (media) memerlukan tiga sumber utama untuk menunjang hidup mereka, yaitu *types of content* (jenis konten media), *types of audience* (jenis khalayak yang dituju), dan *capital* (finansial) (Kriyantono, 2006:275). *Audience* atau dalam hal ini dapat disebut juga dengan khalayak merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh TV lokal dan media pada umumnya.

Sebuah stasiun TV lokal harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat/pemirsanya. TV lokal harus mengetahui target khalayak yang akan dituju, dengan melihat profil khalayak mereka, TV lokal tersebut dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Content merupakan isi program yang diproduksi oleh suatu media TV lokal. TV lokal membuat program (content) yang menarik dan dibutuhkan oleh pemirsanya. Dengan membuat program (content) yang menarik dan banyak yang menontonnya maka secara tidak langsung akan menarik minat pengiklan untuk memasang iklan di TV lokal tersebut.

Capital merupakan modal yang dimiliki oleh media atau TV lokal untuk menjalankan segala aktivitasnya seperti proses produksi dan lainnya. Modal ini merupakan hal yang terpenting tanpa mengesampingkan sumber lainnya, karena dengan modal dan finansial yang baik maka sebuah media TV dapat menjalankan segala aktivitasnya dengan baik. Capital ini tidak hanya modal melainkan meliputi pemasukan iklan, sumber daya manusia, dan fasilitas dan teknologinya.

Salah satu stasiun TV lokal yang mampu bertahan di industri penyiaran hingga saat ini adalah Sigi TV Tulungagung, selain itu Sigi TV juga berperan dalam melestarikan kebudayaan lokal yang ada di Tulungagung.

Eksistensi Tv Lokal Dan Pelestarian Budaya

Sigi TV mampu untuk terus bersaing dengan banyaknya televisi lokal yang ada di Karisidenan Kediri. Sigi TV (PT. Sigi Visual Mandiri) merupakan stasiun TV lokal yang berlokasi di Tulungagung, stasiun televisi ini dimiliki oleh Ki Eko Prisdianto yang merupakan seorang budayawan di Tulungagung. Stasiun televisi ini berada di channel 31 UHF Frekwensi 551,25. Lokasi kantor dan studionya berada di Dusun Genting RT.01/02 Desa Kendalbulur, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung sedangkan lokasi pemancar berada di lereng gulung wilis tepatnya di Desa Pamongan - Kediri, sedangkan jangkauan pemancar dapat menembus hingga Karisidenan Kediri. Meskipun berada didaerah kecil, tidak berarti membuat Sigi TV untuk berhenti bersiaran.

Hal ini dilakukan oleh Sigi TV untuk terus berusaha melestarikan kebudayaan lokal yang mulai dilupakan oleh masyarakat. Beberapa budaya lokal yang selalui ditayangkan di program-program acara Sigi TV antara lain seperti campursari, dangdutan, wayang kulit, dan limbukan. Sebagai TV lokal, Sigi TV melakukan strategi-strategi untuk menjaga eksistensinya dan terus menayangkan konten-konten lokal. peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Eksistensi TV Lokal dan Pelestarian Budaya (Studi Kasus Sigi TV Tulungagung)". Dari latar belakang di atas merumuskan masalah Bagaimana strategi Sigi TV dalam melestarikan budaya lokal dan menjaga eksistensinya sebagai TV lokal. Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Sigi TV dalam menjaga eksistensinya serta melestarikan budaya lokal yang berada di Karisidenan Kediri, terutama di Tulungagung.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan studi kasus sebagai metode penelitian. Tujuan penggunaan studi kasus menurut Yin (2002) adalah untuk menjelaskan bagaimana suatu keberadaan dan mengapa kasus tersebut bisa terjadi. Secara garis besar metode studi kasus ini digunakan untuk menganalisis sebuah jawaban dengan pertanyaan *how* atau *why*. Pada penelitian ini peneliti ingin mempelajari secara mendalam bagaimana Sigi TV mampu menjalankan perannya sebagai TV lokal dalam melestarikan budaya sekaligus mampu mempertahankan eksistensinya di industri penyiaran.

Dalam memilih informan kunci, peneliti disini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan ditentukan dengan sengaja berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Dengan menggunakan teknik tersebut peneliti dapat menentukan informan yang dianggap mengetahui informasi secara mendalam dan dapat dijadikan sumber terpercaya. Dalam hal ini, informan yang diambil harus memiliki banyak pengetahuan tentang topik penelitian ini. Penentuan informan penelitian berdasarkan pada kriteria sebagai berikut, (1) Informan adalah bagian dari manajemen Sigi TV yang menempati posisi *middle* atau *top level*, (2)

Informan memiliki wewenang yang berkaitan dengan objek penelitian ini, (3) Informan memiliki pengaruh yang kuat di Sigi TV.

Setelah data yang diperoleh berupa hasil wawancara (rekaman), dokumen tertulis, maupun melakukan observasi secara langsung. Triangulasi adalah teknik yang dilakukan dalam pemeriksaan data dengan melalui berbagai cara dengan memanfaatkan sumber atau teknik yang berasal dari luar data tersebut untuk dilakukan pengecekan validitas. Dalam penelitian ini, pengujian keabsahan data yang didapatkan dilakukan dengan triangulasi sumber dan teknik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sigi TV adalah sebuah stasiun televisi lokal swasta yang berdiri pada tahun 2010 di Kabupaten Tulungagung. Pendiri dari Sigi TV adalah Sigit pada tahun 2010 dan berganti kepemilikan dengan dibeli oleh Eko Prisdianto pada Maret 2015. Stasiun televisi ini berada di channel 2 UHF Frkwensi 535,25. Lokasi kantor dan studionya berada di Dusun Genting RT.01/02 Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung sedangkan lokasi pemancar berada di lereng gulung wilis tepatnya di Desa Pamongan - Kediri, sedangkan jangkauan pemancar dapat menembus hingga Karisidenan Kediri.

Sigi TV lahir dengan semangat untuk menyajikan informasi dan program-program yang memberikan manfaat bagi pemirsanya dan masyarakat. Keberadaan Sigi TV dimaksudkan sebagai media tayangan yang menjadi tontonan sekaligus tuntunan bagi pemirsanya. Sigi TV selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik berupa jenis siaran yang beragam, interaktif, atraktif, *up-to date*, dan selalu mengedepankan sisi lokalitas. Sehingga diharapkan Sigi TV dapat diterima di seluruh lapisan masyarakat Tulungagung dan sekitarnya.

Menjadi tonggak baru dunia pertelevisian di Tulungagung dan sekitarnya, hadirnya PT Sigi Visual Mandiri atau Sigi TV membukakan cakrawala baru ruang informasi dan promosi bagi masyarakat Tulungagung dan dunia usaha. Dengan waktu siaran 16 jam sehari yaitu mulai pukul 06.00 sampai dengan 22.00 WIB, Sigi TV berupaya dapat menjadi televisi yang bisa memenuhi kebutuhan pemirsanya akan informasi dan tayangan yang bermanfaat. Implementasi untuk menjangkau segmentasi pemirsanya, baik dari sisi usia dan sosial-ekonomi diwujudkan dalam program-program siaran dengan konten informasi, ekonomi, pendidikan, politik, hiburan, budaya, dan religi. Selain itu tujuan utama dari Sigi TV adalah lebih menonjolkan dan melestarikan kearifan dan budaya lokal yang ada di Tulungagung dan sekitarnya.

Dalam perjalanannya di dunia pertelevisian, Sigi TV menggunakan berbagai macam strategi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal. Untuk dapat bertahan, suatu media televisi memerlukan sumber penunjang hidupnya. Pada dasarnya ada tiga sumber penunjang hidup utama bagi televisi yaitu, *content*, *audience* dan *capital*. Ketika ketiga sumber tersebut dapat terpenuhi dengan baik, maka suatu stasiun televisi dapat dikatakan dapat bertahan di industri. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji bagaimana eksistensi Sigi TV sebagai stasiun

Eksistensi Tv Lokal Dan Pelestarian Budaya

televisi lokal di Tulungagung yang memposisikan dirinya sebagai TV lokal bertema budaya. Untuk itu, dalam melihat eksistensi Sigi TV sebagai TV lokal, disini peneliti akan menganalisa dari tiga hal, yaitu content, audience dan capital.

Content dalam hal ini adalah produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan media tersebut. konten dalam media televisi adalah program yang ditayangkan oleh stasiun televisi tersebut. Dengan menciptakan program acara yang unik dan menarik, maka akan menarik minat penonton dan perusahaan untuk mengiklankan produknya. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat konten atau program acara dari Sigi TV banyak memuat konten-konten lokal. Dengan presentase sebesar 60% memuat konten lokal, baik itu budaya lokal maupun informasi lokal yang ada di Tulungagung seperti Wayang Ringgit Purwo, Gayeng Marem, Kolak dan lain-lain. Materi yang disiarkan oleh Sigi TV tetap sesuai dengan ketentuan umum pelaksanaan penyiaran yaitu mencakup unsur informasi, pendidikan dan budaya sesuai dengan pasal 36 ayat 1 UU No. 32 tahun 2002.

Audience merupakan jenis khalayak sasaran atau target penonton dari suatu media penyiaran. Berdasarkan usia, penonton dari Sigi TV dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu mencakup dewasa (26-65 tahun) sebesar 60%, remaja (12-25 tahun) sebesar 30%, dan anak-anak (5-11 tahun) sebesar 10%. Sedangkan untuk segmentasi berdasarkan geografisnya yang mencakup Karisidenan Kediri, yang meliputi Tulungagung, Kota Kediri, Trenggalek, Blitar, Jombang, dan Nganjuk. Sementara itu jika dilihat dari aspek psikografis, mayoritas penonton dari Sigi TV memiliki ketertarikan akan kesenian daerah seperti campursari dan wayang kulit. Target audience dari Sigi TV merupakan masyarakat Karisidenan Kediri meliputi Kota Kediri, Trenggalek, Blitar, Jombang, dan Nganjuk yang membutuhkan informasi dan hiburan bernuansa lokal, nilai-nilai kearifan dan kebudayaan lokal. Disini peneliti melihat bahwa target audience dari Sigi TV sangat spesifik sehingga memudahkan Sigi TV dalam memasarkan program tayangannya.

Capital dalam hal ini merupakan modal yang dimiliki oleh suatu media penyiaran, selain modal, juga meliputi sumber pendapatan baik itu melalui pemasukan iklan dan penjualan program, serta sumber daya manusia yang dimiliki dan sarana fasilitas dan teknologi yang dimiliki media penyiaran untuk menjalankan operasionalnya (Kriyantono, 2007:272).

Sumber pendapatan dari Sigi TV sendiri ada beberapa yaitu, pemasukan iklan, penjualan program, jasa dokumentasi, dan dari pagelaran wayang yang diadakan oleh pemilik dari Sigi TV. Sumber pendapatan Sigi TV didominasi dari pemasukan pagelaran wayang kulit dan pemasukan iklan. Pemasukan dari pagelaran wayang kulit sendiri didapat dari kerjasama Sigi TV dengan masyarakat setempat. Sementara itu untuk pemasukan iklan, Sigi TV memiliki beberapa strategi untuk menarik pengiklan yaitu menentukan target iklan yang dituju dan membuat program acara yang menarik minat penonton sekaligus pengiklan.

Dengan demikian, kompetisi antar media penyiaran pada dasarnya merebutkan ketiga sumber diatas. Dalam praktiknya, ketiga sumber ini mempunyai korelasi satu

sama lainnya. Semakin baik isi atau konten dari suatu media, maka semakin banyak khalyak sasaran yang akan direbut, dan semakin besar pemasukan iklan bagi media penyiaran tersebut.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Sigi TV sebagai televisi lokal meskipun mempunyai peran penting dalam melestarikan kebudayaan lokal tetapi tetap harus menjalankan bisnisnya untuk tetap bertahan di industri penyiaran. Sebagai televisi lokal, Sigi TV telah menerapkan strategi-strategi untuk dapat menjalankan bisnisnya tanpa mengesampingkan perannya dalam melestarikan kebudayaan lokal. *Content* yaitu dengan membuat program acara sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat Tulungagung dan sekitarnya. *Audience* yakni dengan melakukan segmenting, targeting, dan positioning sehingga target khalayak sasaran yang dituju oleh Sigi TV dapat tepat sasaran. Segmentasi khalayak Sigi TV dibagi menjadi tiga yaitu demografis, geografis, dan psikografis. *Capital* yakni melalui sumber pemasukan iklan, jasa dokumentasi, dan hasil produksi pagelaran wayang kulit.

Saran

Untuk kedepannya, Sigi TV perlu lebih aktif dalam menggunakan akun media sosialnya. Hal ini untuk membantu promosi program atau acara mereka ke masyarakat. Dengan lebih aktifnya Sigi TV dalam mempromosikan program-program acaranya maka akan lebih cepat dikenal oleh masyarakat Tulungagung dan sekitarnya. Selain itu juga memperluas jangkauan target pengiklan untuk mendapatkan iklan yang lebih banyak untuk Sigi TV.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryati. (2013). *Televisi Lokal dalam Representasi Identitas Budaya. Observasi dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI)*, Bandung. SSN. 1412 - 5900 Vol. 11, No 1.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Riset Praktis Media, Public Relation, Advertsing, Komunikasi Organiasi, Komunikasi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Rinowati. (2011). *Eksistensi Televisi Lokal (Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran)*.
- Yin, R. K. (2002). *Studi Kasus : Desain dan Metode*, cetakan ke-tiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Widyastuti, E. (2014). *Peran Televisi Lokal KSTV Dalam Melestarikan Budaya Lokal di Kediri*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sudibyo, A. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LK