

ADAPTASI TELEVISI LOKAL DI ERA KONVERGENSI (STUDI KASUS MANAJEMEN PENYIARAN PADA SAKTI TV MADIUN JAWA TIMUR)

Luqman Hakim Al Anshori

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

Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

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

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana stasiun televisi sakti tv madiun melakukan adaptasi di era konvergensi agar bisa mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan teori manajemen POAC dan konvergensi media. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara terhadap beberapa kepala departemen yang ada di sakti tv, menjalankan observasi secara langsung dan melakukan pengumpulan data yang berupa dokumen pendukung. Hasil dari penelitian ini adalah 1) sakti tv sangatlah berperan dalam mempertahankan kebudayaan madiun dengan memprioritaskan lokalitas di tiap kontennya, 2) sakti tv sangatlah memanfaatkan konvergensi dalam manajemen POAC mereka, namun, tidak terlalu terlihat signifikan dalam fungsi planning, 3) sakti tv juga memanfaatkan media baru dalam program kontennya dengan melakukan konvergensi di berbagai platform di dunia maya, 4) sakti tv mengoptimalkan upaya konvergensi pada media sosial facebook dan youtube.

Kata Kunci : Sakti tv, Manajemen, Konvergensi, Studi Kasus, Televisi Lokal.

Abstract

This study aims to understand how the tv station Sakti tv Madiun adapted in the era of convergence in order to maintain its existence. This study uses POAC management theory and media convergence. The method used is a case study with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were obtained by interviewing several heads of departments in the tv station, conducting direct observations and collecting data in the form of supporting documents. The results of this study are 1) Sakti tv plays an important role in maintaining the culture of Madiun by prioritizing locality in each of its contents, 2) Sakti tv makes great use of convergence in their POAC management, however, it does not look too significant in planning functions, 3) Sakti tv also utilizes new media in its content program by converging on various platforms on the internet, 4) Sakti tv optimize convergence's efforts on social media facebook and youtube.

Keywords : Sakti tv, Management, Convergence, Case Study, Local Television.

PENDAHULUAN

Wujud peran serta yang Sakti TV Madiun dalam melestarikan kebudayaan Madiun adalah dengan menyajikan program-program acara yang bertema kebudayaan khas Madiun. Apalagi bila dilihat dari program hiburan yang ditayangkan, hampir sebagian besar menyajikan program yang mengangkat nilai lokal daerah Madiun. Hal ini membuktikan bahwa sakti tv telah memenuhi peran mereka sebagai tv lokal dalam melestarikan identitas lokal suatu daerah.

Akan tetapi, faktanya tingkat daerah masih belum siap untuk sungguh-sungguh mengembangkan televisi lokal sebagai media alternatif dari televisi swasta nasional. Selain masalah pragmatis mengenai kerancuan dalam

memandang posisi televisi swasta lokal, televisi komunitas, maupun televisi publik daerah, juga muncul masalah-masalah lain seperti keterbatasan modal dan keterbatasan SDM yang berkualitas dan berkompeten, membuat televisi swasta lokal sulit untuk memproduksi tayangan-tayangan yang bisa bersaing dengan tayangan televisi swasta nasional (Sudibyo, 2004: 355). Padahal lembaga-lembaga tersebut ialah salah satu pihak yang sangat esensial dalam menciptakan keragaman konten dalam dunia media penyiaran. Dan jika keragaman konten tersebut sudah hilang, maka akan sangat sulit untuk dikembalikan.

Menurut program director sakti tv, Aput aris, sakti tv sebelumnya pernah mencoba berbagai jenis program

dengan konten lokal baik dari sisi budaya, hiburan, pendidikan, berita, wisata, kuliner, pemerintahan, dan religi. Selain itu, sakti tv juga pernah mengadakan event atau kegiatan untuk masyarakat dengan konsep kebudayaan khas madiun yang sangat kental seperti konser musik, bakti sosial, pagelaran wayang, tari-tarian, dan ludruk. Namun pada kenyataannya sangat sulit untuk mempertahankan program-program tersebut karena berbagai kendala mulai dari biaya produksi sampai SDM yang tersedia. Dengan berbagai kendala yang ada, mereka tetap bisa mempertahankan prinsip mereka untuk memprioritaskan konten dengan nilai lokal dan tidak mengurangi kualitas gambar siaran dengan jernih dan bagus agar bisa dinikmati penonton.

Seiring banyaknya problematika televisi lokal yang tak kunjung selesai, saat ini muncul era konvergensi media yang merubah drastis alur informasi dan perilaku audiens dalam memperoleh informasi tersebut. Konvergensi media adalah menyatunya telekomunikasi, komputer, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi menghasilkan perubahan ke dalam banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi (Cutlip dan Center, 2006). Menurut data nielsen consumer & media view (CMV), waktu yang dihabiskan oleh masyarakat indonesia untuk mengkonsumsi internet semakin meningkat dalam 3 tahun terakhir, dari yang awalnya 2 jam 26 menit per hari di awal tahun 2016 sekarang menjadi 3 jam 20 menit per hari di awal tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa media baru bisa menjadi peluang yang besar dalam mengembangkan produk dan meningkatkan persebaran konten.

Kecepatan, kemudahan dan interaktif, yang membawa era konvergensi media, membuka kemungkinan luas bagi setiap orang atau kelompok untuk menerima, membuat, dan mendistribusikan konten. Dalam hal ini, setiap pengguna media baru berada di pusat layanan penyebaran informasi. Mereka bisa mengendalikan konten apa saja yang ingin mereka lihat dan kapan pun mereka ingin melihatnya (convergence review, 2012). Dengan adanya konvergensi ini, seharusnya televisi lokal memiliki kesempatan yang lebih besar karena ketika di dunia maya, semua penyebar informasi dianggap setara. Yang terpenting adalah informasi apa yang disebar dan apakah informasi tersebut benar atau tidak.

Sejak awal berdirinya, Sakti TV telah melakukan konvergensi ke media sosial online seperti facebook dan youtube. Meskipun bukan televisi nasional, Sakti TV terbilang sangat memanfaatkan datangnya era media baru dengan sangat gencar melakukan konvergensi ke banyak media baru seperti facebook, youtube, instagram, twitter, website, dan aplikasi android. Selain itu, konten-konten sakti tv di media baru memiliki kualitas gambar yang HD dan informasi seputar daerah madiun dan sekitarnya

secara mendetail. Hal ini terbilang sangat jarang ditemukan di televisi lokal mengingat keterbatasan SDM dan SDA yang dimiliki. Selain itu juga tidak banyak terdapat pembuat konten di internet mengenai lokalitas yang ada di madiun dan sekitarnya secara berkelanjutan.

Hal ini membuktikan bahwa sakti tv memiliki SDM dan SDA yang mumpuni untuk mengadaptasi kebudayaan media baru dan tidak hanya berfokus sebagai media konvensional. Media baru memberikan kesempatan besar bagi sakti tv untuk bersaing dengan media yang lebih besar dan menjadi alternatif sumber informasi karena di sana setiap media bersaing dari dan di level yang sama. Selain itu, konsumen di media baru bersifat lebih memprioritaskan kualitas dari konten dan tidak terlalu memikirkan siapa yang menyebarkan informasi tersebut.

Namun, sebagai televisi lokal Sakti TV juga memiliki permasalahan-permasalahan baik itu internal maupun eksternal. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, serta mengacu pada konsep manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry dan didukung oleh konsep manajemen media penyiaran oleh Morissan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana manajemen penyiaran yang diterapkan oleh Sakti TV kemudian dikonversikan dengan konsep dari graham meikle dan Sherman young untuk melihat adaptasi yang mereka lakukan di era konvergensi sehingga mampu bertahan di tengah persaingan media yang ketat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, yakni suatu penelitian yang berusaha untuk memahami fenomena yang mencakup pengumpulan dari beragam data empiris yang digunakan, seperti: studi kasus, pengalaman personal, introspektif, kisah hidup, teks wawancara, observasi, sejarah, interaksional, dan teks visual yang mendeskripsikan makna dalam kehidupan seorang individual. Penelitian kualitatif juga merupakan jenis penelitian yang tidak menggunakan prosedur statistik atau angka-angka dan juga data yang diperoleh bersifat alamiah, yang mana diperoleh berdasarkan hasil wawancara langsung dari narasumber yang sangat sesuai dalam menyelesaikan permasalahan penelitian yang variabel-variabelnya masih belum pasti dan perlu dieksplorasi lagi (Ahmadi, 2016: 115-116).

Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dan hasil observasi. Peneliti akan mewawancarai informan kunci yang bisa memberikan informasi secara mendalam dan dapat dipercaya mengenai system manajemen yang ada di sakti tv serta adaptasi yang mereka lakukan dalam menghadapi era konvergensi. Data sekunder diperoleh dengan mencari data-data pelengkap untuk mendukung penelitian, dokumen dan

arsip-arsip Sakti TV, seperti laporan perencanaan program, schedule program harian Sakti TV, dan company profile Sakti TV.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, teori manajemen media yang digunakan adalah teori manajemen yang diperkenalkan oleh George R. Terry dengan 4 fungsi manajemen, yaitu planning, organizing, actuating, dan controlling. Setelah itu, dengan teori dimensi konvergensi oleh Graham Meikle dan Sherman Young yang mencakup teknologi, industrial, sosial, dan tekstual. Selanjutnya peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian di lapangan dengan teori-teori tersebut.

Perubahan pola fungsi manajemen akibat era konvergensi

Dalam fungsi perencanaan, sakti tv memiliki visi berupa menjadi televisi lokal pilihan pertama masyarakat madiun raya dan menjadi market leader alam industri media lokal. Dalam pelaksanaannya sekarang, sakti tv memiliki tujuan untuk memberikan tayangan bagi semua kalangan masyarakat di madiun sehingga tidak memiliki segmentasi khusus di dalam kontennya. Keseluruhan program acaranya dapat diklasifikasikan dalam acara keluarga yang dapat ditonton oleh semua usia dan latar belakang apapun. Meski dengan munculnya era konvergensi, hal tersebut tidak merubah tujuan akhir dan visi misi dari sakti tv. Namun beberapa perencanaan dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut akhirnya disesuaikan agar lebih efisien dengan memanfaatkan media baru.

Dalam fungsi pengorganisasian, sakti tv menyusun struktur organisasi yang membagi karyawannya ke dalam 5 departemen. Yang pertama yaitu departemen marketing. Departemen ini bertanggung jawab untuk mengelola arus keuangan dan menjual produk dari sakti tv yaitu konten dan program. Yang kedua adalah departemen programming. Departemen ini bertanggung jawab atas seluruh program yang disiarkan di sakti tv, mulai dari jam tayang, rating penonton, controlling, bahkan sampai survey ke masyarakat. Yang ketiga adalah departemen teknik. Departemen ini bertanggung jawab terhadap seluruh peralatan yang ada di sakti tv seperti kamera, komputer, lighting, dll. Yang keempat yaitu departemen news. Departemen ini bertanggung jawab terhadap program berita. Terdapat 3 program berita di sakti tv, yaitu teras pagi, teras siang dan teras petang. Selain itu, departemen news juga bertanggung jawab atas program bincang malam yang merupakan program talkshow dengan mengundang tokoh-tokoh dari instansi pemerintahan. Yang kelima yaitu departemen produksi. Departemen ini bertanggung jawab

untuk memproduksi seluruh program selain program teras dan bincang malam. Agar dapat memanfaatkan media baru secara optimal, maka diperlukan SDM untuk mengelola hal tersebut. Namun untuk mengurangi biaya pengeluaran, maka sakti tv memanfaatkan karyawan yang sudah ada untuk mengelola hal tersebut. Keputusan ini dinilai tepat karena untuk mengelola media baru tersebut bukanlah tugas yang terlalu berat dan harus selalu dipantau.

Dalam fungsi pelaksanaan, atau bisa disebut juga fungsi pengarahan dan memberikan pengaruh, sakti tv memiliki budaya komunikasi yang fleksibel antara satu karyawan dengan karyawan lainnya. Dalam melakukan koordinasi, mereka dengan sangat mudah bisa berkomunikasi dengan siapapun tanpa memandang usia maupun senioritas jabatan. Hal ini membuat semua karyawan bisa merasa akrab dan lebih bebas untuk mengungkapkan inisiatif dan ide. Selain itu juga lebih memudahkan atasan untuk memberikan pengarahan dan motivasi kepada bawahannya.

Dalam fungsi pengawasan atau evaluasi, sakti tv memiliki kebijakan untuk melakukan rapat evaluasi tiap sebulan sekali. secara formal, hal ini selalu mereka lakukan dan dihadiri oleh seluruh karyawan. Namun dalam pelaksanaan fungsi pengawasan, mereka melakukannya setiap hari, khususnya dalam skala mikro. Dengan munculnya teknologi dan konvergensi media, maka sumber data tersebut semakin luas dan beberapa diantaranya menjadi lebih cepat dan instan untuk didapatkan seperti contohnya yaitu komentar dari pemirsa yang ada di media sosial atau channel youtube mereka tanpa harus menyebar angket survey ke masyarakat.

Konvergensi media sebagai upaya adaptasi budaya

Untuk melakukan konvergensi media, tentu saja diperlukan digitalisasi konten dan pemanfaatan teknologi modern seperti komputer dan jaringan internet. Saat ini, sakti tv telah memiliki teknologi-teknologi tersebut sehingga memungkinkan bagi mereka untuk melakukan digitalisasi konten kemudian konvergensi dengan media internet. Bahkan gambar yang ditayangkan memiliki kualitas HD. Selain itu dalam live streaming konten mereka di dunia maya, sangat jarang terjadi gangguan atau kesalahan dalam jaringan. Dari hal tersebut, dapat diindikasikan bahwa sakti tv memiliki SDM dan SDA yang mumpuni untuk melakukan konvergensi media.

Dalam adaptasinya dengan era konvergensi, sakti tv membuat strategi untuk berkembang melalui media baru atau internet. Dalam hal ini tentu saja diperlukan seseorang untuk mengelola gagasan tersebut. Namun dalam pelaksanaannya, sakti tv tidak merekrut karyawan baru untuk mengelola bidang tersebut. Mereka membuat sebuah sistem manajemen yang memanfaatkan karyawan

yang sudah ada di sakti tv dari beberapa departemen. Dalam langkah awalnya, dibuatlah website, channel youtube, dan akun official di beberapa media sosial, serta perbaikan peralatan komputer yang dilakukan oleh departemen teknik. Kemudian pengisian konten dan informasi ke dalam media-media tersebut dilakukan oleh departemen produksi dan departemen news. Kedua departemen tersebut memiliki focus konten yang berbeda. Departemen news lebih fokus ke konten berita, sedangkan departemen produksi lebih fokus ke konten event dan tayangan selain berita

Sejauh ini, konvergensi yang paling berhasil dan bertahan lama oleh sakti tv ialah melalui youtube dan facebook. Channel youtube ini dibuat pada tahun 2016 dan hingga saat ini memiliki subscriber sebanyak 157 ribu subscriber. Dalam prosesnya, dibutuhkan waktu lebih dari 1 tahun bagi sakti tv untuk akhirnya memperlihatkan hal yang cukup menjanjikan. Dalam sejarahnya, sakti tv pertama kali mengalami kenaikan jumlah view dan subscriber yang tinggi pada bulan mei 2018. Hal ini dikarenakan pada saat itu mulai memasuki bulan ramadhan yang mana sakti tv memiliki program religi ustad menjawab. Dibuat sejak tahun 2012, program ini memiliki tingkat interaktifitas yang sangat tinggi dengan audiens. Melalui layanan konsultasi kepada ustad, banyak penonton yang mengirimkan pertanyaan mereka terkait agama islam baik melalui pesan pribadi di facebook, komentar di post facebook, dan telepon interaktif ke studio. Program ini merupakan program paling populer setelah program berita teras dan masih ditayangkan hingga saat ini.

Kemudian kenaikan paling tinggi terjadi pada akhir januari 2019. Dalam titik ini sakti tv mulai memilah untuk memfokuskan diri pada media sosial facebook dan youtube. Hal ini dikarenakan kedua hal tersebut memiliki tingkat keberhasilan yang paling tinggi. Upaya yang mereka lakukan adalah dengan rutin mengunggah konten yang paling populer yaitu konten berita teras. Lokalnya konten yang dimiliki membuat teras menjadi sangat dekat dengan penonton.

Konten yang memiliki view tinggi ialah pembahasan mengenai tempat wisata, kecelakaan, dan razia atau temuan di wilayah warga. Seringnya pembahasan seperti ini mendapat view lebih dari 5 ribu kali. Namun tak jarang juga mendapat view lebih dari 10 ribu atau 15 ribu kali. Selain itu pembahasan ini juga mendapat lebih banyak komentar sehingga tingkat interaksinya lebih tinggi. Isi komentar bisa dibilang positif, tidak ada kata-kata kasar ataupun merendahkan.

Konten lain yang tak kalah populer adalah acara panggung seperti konser atau perayaan. Konten ini disiarkan live streaming di facebook dan website dan tidak disiarkan di youtube. Acara ini merupakan tayangan

istimewa dan jarang terjadi. Biasanya mendapatkan view sebanyak 20 ribu atau bahkan lebih dari 30 ribu. dari analisis jumlah view di akun youtube dan fanspage sakti tv, dapat diketahui bahwa audiens sakti tv di dunia maya lebih menyukai konten mengenai kebudayaan, wisata, dan kejadian tak terduga di sekitar mereka.

Potensi televisi lokal dalam konvergensi media

Beberapa program Sakti tv sangatlah menonjolkan kebudayaan dan informasi lokal masyarakat Madiun seperti program D'tejo yang mengangkat budaya dan bahasa jawa, wayang sakti yang melestarikan warisan budaya jawa, teras yang mengangkat informasi sekitar daerah madiun, dan pertama kali yang mengangkat informasi, wisata dan sejarah di daerah madiun. Dengan adanya hal tersebut, maka sakti tv mempunyai kelebihan tersendiri yang tidak dimiliki oleh televisi nasional dan membuatnya menjadi unik. Hal ini bisa menjadi modal untuk bersaing di dunia maya dengan karakteristiknya yang mikro dan segmented. Bagi manajemen industri media profesional, konvergensi media bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu juga untuk mengembangkan media penyampai informasi yang efektif dan berkelanjutan. Kemudian juga digunakan untuk berkomunikasi dengan audiens tanpa harus bertatap muka.

Adanya gagasan diversity of content memperluas konsep keanekaragaman informasi dan konten yang ada di televisi yang tidak hanya murni mengenai ragam budaya, namun juga ketersediaan pada beragam sudut pandang dan perspektif dari suatu informasi atau berita. Selain itu, hal yang tak kalah penting adalah dimudahkannya akses masyarakat menuju ke konten tersebut. Hal ini tak hanya mengenai bagaimana masyarakat agar mudah mencari konten tersebut, namun juga meningkatkan akses konten itu ke market yang lebih besar agar meningkatkan awareness masyarakat mengenai konten tersebut dan memicu peranan aktif mereka untuk mencari sendiri lebih banyak informasi mengenai konten ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Sakti tv lebih fokus untuk memprioritaskan beberapa tujuan yang urgent dan bisa dicapai. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka tidak bisa mewujudkan semua ide yang muncul karena terkendala beberapa hal seperti keuangan dan SDM. Namun karena hal itu, mereka berusaha untuk memaksimalkan seluruh sumber daya yang ada seperti satu orang mengerjakan beberapa tugas sesuai kompetensi yang dimiliki, serta tidak ceroboh dalam mengambil keputusan khususnya yang menyangkut pengeluaran. Dengan hal ini, mereka bisa membuat sistem manajemen yang efisien dan berkelanjutan

Dalam perkembangannya, sakti tv ikut melakukan konvergensi media sehingga muncul di banyak platform online. Tidak ada departemen khusus yang mengelola akun ini sehingga terdapat beberapa akun yang akhirnya terbengkalai. Akun-akun ini dikelola oleh beberapa individu yang berasal dari berbagai departemen sehingga tidak bisa dikelola secara maksimal. Namun saat ini sakti tv lebih fokus kepada akun facebook dan channel youtube mereka karena dianggap memiliki potensi yang paling tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- ahmadi, rulam. 2016. metodologi penelitian kualitatif. yogyakarta: ar-ruzz.
- meikle, graham dan sherman young. 2011. media convergence : networked digital media in everyday life. london : macmillan education.
- morissan. 2008. manajemen media penyiaran : strategi mengelola radio & televisi. jakarta : prenadamedia group.
- jenkins, henry. convergence culture : where old and new media collide. new york : new york university press.
- rinowati n.a. 2011. eksistensi televisi lokal (kasus: eksistensi tvku dalam kompetisi industri penyiaran). universitas diponegoro.
- _____. 2019. report – international meeting on diversity of content in the digital age. Government of Canada