

MANAJEMEN PENYIARAN PROGRAM BERITA TELEVISI LOKAL “POJOK PERKORO” DI JTV BIRO MADIUN

Alvian Choirur Rozaq

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

Alvian.18058@mhs.unesa.ac.id

Anam Miftakhul Huda

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

Anamhuda@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian tentang manajemen penyiaran merupakan penelitian yang menarik, karena di masa mendatang diperkirakan jumlah saluran TV akan bertambah, dimana salah satu program siarannya adalah berita. Dalam penelitian ini, peneliti memilih program berita Pojok Perkoro di JTV Biro Madiun sebagai objek penelitian. JTV Biro Madiun atau PT. Jati Magetan Televisi adalah televisi siaran lokal yang berada di Jl. Mayjen Panjaitan No. 12 B, Kota Madiun yang didirikan pada tanggal 18 Januari 2008. Peneliti memilih program siaran “Pojok Perkoro” pada JTV Biro Madiun, dikarenakan Program tersebut sudah menerapkan Undang-undang 32 pasal 38 ayat 1 tahun 2002 tentang menggunakan Bahasa daerah dalam program siaran agar dapat menarik antusias masyarakat lokal untuk memilih tayangan tersebut. Penggunaan Bahasa daerah yang digunakan dalam program siaran berita “Pojok Perkoro” yakni menggunakan bahasa daerah bagian ujung barat jawa timur atau biasa disebut Bahasa jawa mataraman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait proses manajemen penyiaran televisi lokal pada program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun. Peneliti memilih teknik deskriptif kualitatif sebagai teknik penyajian data dengan interview sebagai teknik pengumpulan data. Dalam pemilihan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purpose sampling*. 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 Biro Madiun, Pojok Perkoro, Manajemen penyiaran, POAC.

Abstract

Research on broadcasting management is an interesting study, because in the future it is estimated that the number of TV channels will increase, where one of the broadcast programs will be news. In this study, the researcher chose the Pojok Perkoro news program on JTV Madiun Bureau as the research object. JTV Madiun Bureau or PT. Jati Magetan Television is a local broadcast television located on Jl. Major General Panjaitan No. 12 B Madiun City which was established on January 18, 2008. The researcher chose the broadcast program "Pojok Perkoro" on JTV Madiun Bureau, because the program has implemented Law 32 article 38 paragraph 1 of 2002 concerning the use of regional languages in broadcast programs so as to attract public enthusiasm local area to select the broadcast. The regional language used in the news broadcast program "Pojok Perkoro" is the language of the western tip of East Java or commonly called Mataraman Javanese. This study aims to determine the management process of local television broadcasting on the news program "Pojok Perkoro" at JTV Biro Madiun. The researcher chose a qualitative descriptive technique as a data presentation technique with interviews as a data collection technique. In selecting research subjects, researchers used a purposive

sampling technique. The results of this study are that Pojok Kampung has a program production management strategy in the form of 1) carrying out a broadcast production strategy that uses the POAC concept in managing its internal content, 2) implementing segmenting, targeting and also positioning methods to capture market share, namely audiences and advertisers, 3) marketing programs on JTV by promoting both off air and on air.

Key words: *Jtv Biro Madiun, Pojok Perkoro, Broadcasting management, POAC.*

PENDAHULUAN

Televisi merupakan salah satu sarana komunikasi yang digunakan sebagai alat komunikasi massa yang dimana penyelenggara acara merupakan sarana komunikasi dan khalayak bertindak sebagai komunikan. Kuswandi (1996:76) menjelaskan, “Penggunaan televisi bermula dari penemuan seseorang yang berasal dari Jerman bernama Paul Nipkov pada tahun 1883-1884. Kemudian pada 1939 mulai dinikmati oleh publik Amerika, yaitu ketika berlangsungnya “*World’s Fair*” di New York”. Sejak awal kemunculannya, televisi mengalami peningkatan permintaan dari masyarakat, terbukti dengan banyaknya saluran televisi nasional dan lokal yang terus bermunculan dan berkembang selama 10 tahun terakhir. Para pelaku di industri televisi baik nasional maupun lokal dituntut untuk memiliki dan menerapkan suatu strategi yang dinilai tepat dalam menyusun dan menyuguhkan sebuah program acara atau tayangan agar tidak kalah saing dengan para pelaku di industri televisi lainnya.

Wahyuni (2014:50) “televisi memiliki kelebihan, terutama kemampuannya dalam menyatukan antara fungsi audio dan visual, serta kemampuannya dalam memainkan warna”. Bahkan sampai detik ini televisi masih mempunyai eksistensi yang tinggi di kalangan masyarakat, sehingga menjadikannya media yang banyak digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi, edukasi serta hiburan kepada masyarakat. Televisi sebagai media massa yang dalam kesehariannya digunakan untuk kegiatan komunikasi, diketahui memiliki kelebihan yaitu dapat menyuguhkan suara (audio) serta gambar bergerak (video). Disamping itu, sifat televisi yang langsung dan tidak mengenal jarak, membuat televisi mempunyai daya pikat yang kuat untuk menambah ketertarikan masyarakat dalam menggunakan televisi sebagai media massa yang lebih nggul daripada radio.

Setiap saluran televisi memiliki keunggulan tersendiri, termasuk stasiun televisi lokal seperti JTV yang dinaungi oleh PT. Jawa Pos Group. JTV adalah televisi lokal pertama yang lahir di Indonesia dan juga yang terbesar hingga saat ini. Selain itu, keunggulan JTV

dibandingkan dengan stasiun televisi lainnya yaitu JTV menayangkan program acara yang dikemas dengan bahasa daerah khas Jawa timuran dan mempublikasikan tayangan yang berkaitan dengan Jawa Timur. Hal ini dilakukan sebagai salah satu bentuk kontribusi JTV kepada masyarakat di wilayah Jawa Timur untuk menyediakan informasi yang cepat, akurat dan ringkas untuk kelancaran pertukaran informasi bagi seluruh masyarakat baik dari kota besar hingga kota kecil. JTV memiliki 1 stasiun televisi pusat yang bertempat di Surabaya dan 8 biro lainnya yang telah tersebar ke beberapa kota di Jawa Timur termasuk Kota Madiun dengan nama perusahaan PT. Jati Magetan Televisi atau sering disebut JTV Biro Madiun dengan wilayah siar yang cukup luas yakni meliputi daerah Kabupaten dan Kota Madiun, Kabupaten Ponorogo, Kabupaten Magetan, Kabupaten Ngawi, daerah Cepu serta sebagian daerah Bojonegoro (*Company Profile JTV*, 2013).

Laksmi dan Haryanto (2007:53) menjelaskan “tahun 1998, ada 279 perusahaan media cetak dan hanya ada lima stasiun televisi swasta. Kurang dari satu dekade berikutnya, jumlah televisi swasta bertambah dua kali lipat, ini belum termasuk 20 stasiun televisi swasta lokal dan media cetak yang meningkat tiga kali lipatnya”. Di sisi lain, kurangnya ruang untuk mengimplementasikan pengetahuan para peneliti khususnya dari sarjana komunikasi, sehingga menyebabkan diperlukannya sebuah referensi terkait materi pengelolaan manajemen dalam program berita. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan untuk mengkaji atau meneliti masalah program berita di stasiun televisi lokal dikarenakan keinginan peneliti untuk mengetahui tentang pengelolaan siaran televisi lokal dalam pengelolaan dan penyajian beritanya kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menonton program tersebut.

Manajemen produksi pada media khususnya media penyiaran adalah semua kegiatan atau proses pembuatan suatu produk untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Manajemen produksi siaran menggunakan konsep umum saat menerapkan proses manajemen. Konsepnya adalah perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengeksekusian (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*), konsep ini

diterapkan oleh para manajer untuk mengarahkan atau mengatur produksi siaran di televisi. Pada dasarnya, manajemen berorientasi pada proses, maka dasar pemikiran penelitian tersebut mengaplikasikan konsep fungsi manajemen dari George R. Terry yang dituliskan dalam salah satu bukunya dengan judul “*Principles of Management*”.

Berdasarkan penjabaran yang sudah tertulis di atas, maka diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut, “Bagaimana manajemen penyiaran berita lokal pada program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun? Sesuai dengan rumusan masalah yang dikaji, maka peneliti menentukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui terkait proses manajemen penyiaran televisi lokal pada program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun. Sehingga diharapkan pembaca dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari JTV Biro Madiun dan dapat mengimplementasikan saran yang diberikan oleh peneliti kepada JTV Biro Madiun dengan Stasiun televisi lainnya sesuai dengan keinginan pembaca. Selain itu, diharapkan dengan mengetahui bagaimana manajemen penyiaran tersebut, pembaca dapat menjadikan penelitian ini sebagai bagian dari referensi pembaca.

Penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu sebagai referensi untuk riset manajemen penyiaran berita bagi mahasiswa khususnya jurusan ilmu komunikasi, sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya dan juga sebagai upaya untuk turut berkontribusi dalam upaya memahami lebih dalam terkait strategi manajemen penyiaran dalam mengelola sebuah stasiun televisi lokal. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan penelitian ini dapat menjadi kontribusi dan masukan atau saran bagi para pemilik media khususnya televisi lokal dalam pembuatan acara berita. Peneliti menerapkan batasan penelitian untuk menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok bahasan dalam penelitian. Hal ini harus dicantumkan dalam penelitian, agar penelitian menjadi lebih terarah. Selain itu, dapat memudahkan peneliti dalam pembahasan, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Terdapat beberapa batasan masalah dalam penelitian ini diantaranya, objek Penelitian yang dikaji yaitu terkait manajemen penyiaran program berita televisi lokal pada program penyiaran berita pojok perkoro JTV Biro Madiun, subjek dalam penelitian ini akan mengambil dari posisi yang cukup tinggi dalam struktur organisasi perusahaan JTV Biro Madiun, sehingga informasi yang didapatkan dapat lebih kredibel dari sisi subjek penelitian.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian tentang program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun ini, peneliti menggunakan

teknik deskriptif kualitatif sebagai teknik penyajian data. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan adalah studi kasus, dengan tujuan untuk mencoba menyelidiki masalah dengan batasan terperinci dengan pengumpulan data lengkap dan berbagai sumber data. Yin (2002) “Secara garis besar metode studi kasus ini digunakan untuk menganalisis jawaban dengan pertanyaan bagaimana atau mengapa”. Jenis pendekatan seperti ini digunakan sebagai sarana untuk mengamati sekaligus memahami suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi dengan pengumpulan berbagai jenis informasi dari berbagai sumber. Informasi atau data inilah yang kemudian dijadikan sebagai solusi dari fenomena tersebut. Studi kasus digunakan pada penelitian ini dikarenakan metode ini menyelidiki fenomena unik sebagai subjek penelitian. Di samping itu, studi kasus digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mencari jawaban tentang bagaimana strategi manajemen penyiaran pada “Pojok Perkoro”.

Pada penelitian ini, dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode interview mendalam. Teknik pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik purpose sampling dengan beberapa kriteria seperti, Karyawan atau kru pegawai yang memahami manajemen dan terjun langsung dalam proses produksi, Subjek yang dimana mereka sudah terjun lama dan intensif dalam menekuni kegiatan atau bidang yang menjadi fokus peneliti, Subjek yang dimana mereka masih berkaitan secara utuh dan turut aktif dengan lingkungan atau kegiatan sasaran, Subjek dengan pengetahuan dan waktu yang cukup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program berita Pojok Perkoro JTV Biro Madiun, menerapkan konsep dasar manajemen dalam penyiarannya. Empat konsep fungsi tersebut di antaranya, Planning, Organizing, Actuating, Controlling, hal ini sesuai dengan konsep dasar manajemen yang mengacu pada Morissan (2008).

Mengenai perencanaan (*planning*) yang digunakan dalam proses penyiaran program acara pojok perkoro di JTV Biro Madiun cukup baik. Dalam hal ini JTV Biro Madiun menggunakan beberapa strategi dalam perencanaan penyiaran program pojok perkoro yang dimulai dari wartawan lapangan JTV Biro Madiun tergabung dalam grup *whatsapp* yang terkoneksi dengan warga atau masyarakat daerah. Dengan strategi seperti inilah membuat wartawan lapangan JTV Biro Madiun dapat memperoleh informasi mengenai suatu peristiwa disuatu lokasi dengan sangat cepat, sehingga wartawan tidak melewatkan momen dari peristiwa tersebut seperti halnya

kebakaran, banjir dan lain sebagainya.

JTV Biro Madiun juga menerapkan rapat redaksi dalam proses perencanaannya. Rapat redaksi di JTV Biro Madiun khususnya untuk program berita “Pojok Perkoro” diikuti oleh para petinggi di perusahaan. Para petinggi tersebut seperti, kepala liputan, komisaris, dan juga direktur. Rapat redaksi untuk program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun membahas tentang beberapa hal yang berkaitan dengan kemajuan program seperti evaluasi dan strategi. Pada rapat redaksi tersebut, para petinggi perusahaan membahas tentang evaluasi selama pelaksanaan program dalam beberapa waktu terakhir sekaligus membahas tentang strategi yang akan mereka pilih dan lakukan untuk program berita “Pojok Perkoro” kedepannya.

Namun, sangat disayangkan karena rapat redaksi untuk program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun tidak rutin dilaksanakan. Tidak seperti program lain yang melakukan rapat redaksi setiap awal atau akhir pekan, program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun hanya melakukan rapat redaksi beberapa bulan sekali, bahkan sampai detik ini belum terdapat jadwal pasti terkait pelaksanaan rapat redaksi untuk program ini. Hal tersebut memungkinkan untuk dapat memicu dampak buruk untuk JTV Biro Madiun khususnya pada program “Pojok Perkoro” kedepannya, mengingat pentingnya rapat redaksi dalam setiap program penyiaran.

Struktur organisasi (*organization*) dalam susunan JTV Biro Madiun memang terlihat kurang dalam segi kuantitas. Namun sebenarnya dalam hal pemanfaatan karyawan atau kru dapat terbilang cukup baik. Dalam sebuah perusahaan yang hanya berisi 20 orang untuk sebuah produksi televisi menjadi tantangan tersendiri bagi JTV Biro Madiun. Direktur JTV Biro Madiun menegaskan bahwa jumlah karyawan yang terbilang cukup bukanlah sebuah penghematan dari perusahaan atau tidak ingin menambah karyawan, namun dalam hal ini pemanfaatan serta efisiensi karyawan cukup diperhatikan sehingga tidak ada karyawan yang mengganggu.

Strategi berikutnya dalam organisasinya yakni dalam alur produksi yang sistematis dan terstruktur yakni dimulai wartawan lapangan yang telah mendapatkan berita dan telah menulis naskah berita dan dikirim ke koordinator liputan dan editor video sehingga dapat segera diproses baik dari segi naskah maupun video. Koordinator liputan mengoreksi dan menerjemahkan ke Bahasa Mataraman sehingga siap untuk proses *voice over* berita dan persiapan untuk proses syuting *tapping*. *Tapping* biasa dilakukan pada hari jum'at setelah syuting program acara Suguhan Sepincuk Berita. Seusai melakukan syuting maka akan masuk proses *editing* video dan akan tayang pada hari senin pukul 05.00 WIB hingga

pukul 06.00 WIB.

Mengenai strategi manajemen dalam eksekusi (*actuating*) JTV Biro Madiun terdapat 4 strategi yang diterapkan dalam eksekusi program diantaranya adalah *head to head*, program tandingan, pendahuluan kuat dan strategi buaian. Keempat strategi manajemen tersebut telah terbukti menjadikan JTV Biro Madiun eksis dan dapat bertahan hingga sekarang. Dimulai dari *head to head* yang mana mengajak masyarakat yang tengah menonton program televisi saingan untuk mencoba bergeser ke stasiun televisi JTV Biro Madiun dengan menyajikan program yang sama dengan televisi kompetitor. Sehingga penonton mendapatkan program acara yang serupa namun dengan pengemasan yang berbeda, dengan demikian diharapkan dapat menjadikan program acara pojok perkoro sebagai salah satu pilihan tontonan favorit masyarakat.

Setelah menerapkan strategi manajemen *head to head*, selanjutnya JTV Biro Madiun menggunakan strategi yang disebut program tandingan, dimana program acara yang ditayangkan mempunyai sesuatu hal yang berbeda atau dapat menjadi pembeda antara berita yang dibawakan oleh stasiun televisi saingan dengan stasiun televisi milik JTV Biro Madiun. “Pojok Perkoro” adalah program berita yang bisa dikatakan spesial karena perbedaannya dengan program lain. Program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun mengunggulkan budaya daerah dengan cara menggunakan bahasa Mataraman sebagai bahasa pengantar dalam penyajian dan penyiaran berita. Bahasa Mataraman sendiri merupakan bahasa keseharian yang digunakan oleh masyarakat Jawa Timur bagian barat termasuk karesidenan Madiun. Hal ini memudahkan beberapa masyarakat karesidenan Madiun untuk menonton berita dikarenakan penyajian berita yang menggunakan bahasa keseharian mereka. Selain itu, program berita “Pojok Perkoro” juga memfokuskan berita di sekitar wilayah karesidenan Madiun yang sangat jarang tersorot oleh media berita televisi nasional.

Seperti namanya, “Pojok Perkoro” yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia berarti “Sudut Perkara”, program ini hanya terfokus untuk menyajikan berita tentang suatu perkara yang terjadi di daerah karesidenan Madiun. Dalam hal ini, program berita “Pojok Perkoro” hanya menyiarkan *hard news* tanpa pernah merambah ke ranah *soft news*. Meskipun demikian, ada hal yang sangat disayangkan yaitu terkait jam tayang. Program berita “Pojok Perkoro” hanya memiliki jam tayang satu jam dalam satu pekan dan pada jam yang kurang tepat. Jadwal tayang “Pojok Perkoro” yaitu setiap hari Senin pada pukul 05.00 – 06.00 WIB. Dengan keunikan yang dimiliki oleh program berita “Pojok Perkoro”, seharusnya jam tayang memungkinkan untuk dapat ditambah.

Berdasarkan hasil penelitian oleh peneliti, diketahui bahwa Program berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun belum memiliki *budgeting* khusus yang terfokus hanya untuk program tersebut. Selama ini, *budgeting* untuk program berita “Pojok Perkoro” diperoleh dari iklan televisi maupun iklan *youtube* yang diperoleh dari semua program yang ada di JTV Biro Madiun. Selain dari iklan, pemasukan dana yang diperoleh JTV Biro Madiun juga berasal dari beberapa *events* baik dalam lingkup masyarakat setempat maupun dalam lingkup pemerintah daerah yang meminta JTV Biro Madiun secara khusus untuk meliput acara tersebut.

Dana pemasukan dari iklan televisi maupun *youtube* dan juga dari beberapa liputan *events* itulah yang kemudian akan dikelola oleh JTV Biro Madiun untuk biaya operasional sehari-hari. Selanjutnya, JTV Biro Madiun akan membagikan dana tersebut ke masing-masing programnya sesuai kebutuhan dan proporsi dari masing-masing program tersebut, sehingga pembagiannya tidak disamaratakan. Setiap program yang ada di JTV Biro Madiun harus dapat mengoptimalkan *budget* yang sudah disediakan, dikarenakan pemasuka JTV Biro Madiun yang tidak selalu tinggi, bisa dikatakan masih kalah jauh dengan pemasukan JTV Pusat yang ada di Surabaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur JTV Biro Madiun ibu Dieskha Idella bahwa segmen pasar penonton Pojok Perkoro di JTV Biro Madiun adalah masyarakat yang berusia dimulai dari 13 tahun hingga lebih dari 65 tahun, dibuktikan dengan data rata-rata penonton setiap bulannya. Namun untuk kisaran umur dan gender penonton yang paling mendominasi yakni pria dengan 66,9% dengan rentang usia 25 tahun hingga 34 tahun dengan 32,8%.

Data di atas merupakan data program berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun pada platform *youtube*. Selain mempunyai siaran pada televisi, program “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun juga aktif menyiarkan berita melalui channel *youtube* pribadi sebagai bentuk upaya branding program tersebut. Selain untuk sarana branding program, platform *youtube* juga mempunyai data pada setiap tayangannya, sehingga JTV Biro Madiun menggunakan data tersebut sebagai acuan untuk program “Pojok Perkoro” menjadi lebih baik lagi. Mengingat dalam dunia pertelevisian tidak memunculkan data tersebut untuk stasiun televisi lokal, maka dari itu sebagai alternatif JTV Biro Madiun menggunakan data tersebut yang terdapat pada platform *youtube*.

Penelitian ini membahas mengenai manajemen penyiaran program berita “Pojok Perkoro” pada televisi lokal JTV Biro Madiun. Dimana manajemen penyiaran televisi merupakan kemampuan seseorang atau

perusahaan untuk mempengaruhi atau memanfaatkan kepandaian atau keterampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran, dalam usaha mencapai tujuan bersama. Dalam manajemen media penyiaran itu sendiri terdapat beberapa tahapan yang terjadi yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pengeksekusian dan juga pengawasan. Disini pogram berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun diketahui sudah menerapkan tahapan tersebut. Namun sangat disayangkan karena dalam perencanaan, pengorganisasian dan juga pengeksekusian, “Pojok Perkoro” masih kurang maksimal dalam penerapannya.

Mengenai perencanaan yang digunakan dalam proses penyiaran program acara pojok perkoro di JTV Biro Madiun cukup baik. Dalam hal ini JTV Biro Madiun menggunakan beberapa strategi dalam perencanaan penyiaran program pojok perkoro yang dimulai dari wartawan lapangan JTV Biro Madiun tergabung dalam grup *whatsapp* yang terkoneksi dengan warga atau masyarakat daerah. Dengan strategi seperti inilah membuat wartawan lapangan JTV Biro Madiun dapat memperoleh informasi mengenai suatu peristiwa disuatu lokasi dengan sangat cepat, sehingga wartawan tidak melewatkan momen dari peristiwa tersebut seperti halnya kebakaran, banjir dan lain sebagainya.

Hal ini menurut peneliti cukup menjadi suatu perencanaan yang sangat baik dalam memperoleh berita di lapangan. Dengan adanya grup *whatsapp* tersebut warga pun juga merasa senang dan terbantu dapat dengan mudah menginformasikan kejadian terkini disekitar lingkungan mereka.

Selain itu JTV Biro Madiun memiliki perencanaan lain dalam membranding program pojok perkoro, yakni dengan menggunakan Bahasa khas mataraman yang menjadi ciri khas Bahasa masyarakat daerah Madiun dan sekitarnya. Penggunaan Bahasa mataraman ini cukup menarik perhatian masyarakat karena belum adanya stasiun televisi baik nasional atau lokal yang menyiarkan sebuah berita menggunakan Bahasa daerah mataraman. Terbukti dengan antusias masyarakat Kota Madiun dan sekitarnya dengan tayangan pojok perkoro di JTV Biro Madiun yang tayang setiap hari senin pukul 05.00 hingga pukul 06.00 WIB.

Selain penggunaan Bahasa daerah khas mataraman sebagai strategi marketing yang berbeda dari televisi lokal lainnya dalam pembawaan berita, penggunaan Bahasa daerah khas mataraman juga sebagai upaya pelestarian Bahasa daerah ditengah era perkembangan zaman. Sehingga masyarakat tidak lupa dengan Bahasa asli daerah jawa timur bagian barat atau biasa disebut Bahasa mataraman.

Strategi perencanaan yang digunakan oleh program berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun yaitu

dengan menggunakan grup *whatsapp* sebagai alat komunikasi antara wartawan dengan team atau bahkan wartawan dengan perwakilan warga dari setiap daerah yang ada di karesidenan Madiun. Dalam grup ini, apabila ada suatu kejadian atau perkara di suatu daerah, maka perwakilan masyarakat yang tergabung dalam grup *whatsapp* tersebut akan memberikan informasi ke grup *whatsapp* yang kemudian akan didatangi oleh wartawan program berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun untuk dilakukan liputan. Hal ini tentunya dapat memudahkan wartawan “Pojok Perkoro” untuk dapat mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. Namun, dalam strategi perencanaan juga diperlukan adanya rapat koordinasi atau rapat redaksi yang rutin dilaksanakan, sayangnya dalam hal ini program berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun belum melaksanakan rapat redaksi rutin dalam strategi perencanaannya.

Struktur organisasi dalam susunan JTV Biro Madiun memang terlihat kurang dalam segi kuantitas. Namun sebenarnya dalam hal pemanfaatan karyawan atau kru dapat terbilang cukup baik. Dalam sebuah perusahaan yang hanya berisi 20 orang untuk sebuah produksi televisi menjadi tantangan tersendiri bagi JTV Biro Madiun. Direktur JTV Biro Madiun menegaskan bahwa jumlah karyawan yang terbilang cukup bukanlah sebuah penghematan dari perusahaan atau tidak ingin menambah karyawan, namun dalam hal ini pemanfaatan serta efisiensi karyawan cukup diperhatikan sehingga tidak ada karyawan yang menganggur.

JTV Biro Madiun dalam keseharian produksi berita dirasa cukup jika memanfaatkan seluruh karyawannya, namun JTV Biro Madiun baru merasa keteteran atau tidak bisa menangani jika dalam satu hari terdapat dua peristiwa atau terdapat produksi berbayar yang dikerjakan dihari yang sama namun ditempat yang berbeda.

Disinilah JTV Biro Madiun merasa kekurangan karyawan ketika terdapat hal tersebut, namun demikian direktur JTV Biro Madiun dan jajarannya tidak hanya berhenti disitu saja, melainkan memiliki inovasi yakni pemanfaatan mahasiswa ataupun siswa SMK yang sedang menjalankan program magang di JTV Biro Madiun. Dengan pemanfaatan mahasiswa ataupun siswa SMK magang dapat membantu meringankan jobdesc dari karyawan untuk memproduksi sebuah program acara baik berita ataupun produksi berbayar, hal ini selain dapat membantu meringankan pekerjaan karyawan karna kekurangan SDM yakni sekaligus sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa dan siswa SMK dalam mempraktekkan cara memproduksi sebuah program siaran.

Setiap perusahaan atau organisasi di bidang bisnis membutuhkan struktur organisasi yang ideal sebagai

upaya untuk mendukung perkembangannya. Semua jenis bisnis atau organisasi baik besar maupun kecil, membutuhkan kejelasan tentang peran dan tanggung jawab orang-orang atau pegawai yang terlibat di dalamnya. Kejelasan ini dapat membantu untuk membentuk struktur organisasi yang ideal. Selain itu, dengan kejelasan peran dan tanggung jawab dari setiap anggota, kegiatan bisnis akan dapat menjadi lebih produktif dan efisien dalam pengerjaannya. Dengan mengetahui pembagian tugas untuk setiap jabatan maka akan memudahkan mereka untuk mengetahui seperti apa alur penyampaian informasi dalam sebuah organisasi. Disisi lain dengan penerapan satu orang per satu divisi juga menjadi alur organisasi yang ideal, sehingga tidak terjadi kerja ganda atau double job dalam proses produksi dan waktu yang digunakan dalam proses produksi lebih efisien.

Strategi berikutnya dalam organisasinya yakni dalam alur produksi yang sistematis dan terstruktur yakni dimulai wartawan lapangan yang telah mendapatkan berita dan telah menulis naskah berita dan dikirim ke koordinator liputan dan editor video sehingga dapat segera diproses baik dari segi naskah maupun video. Koordinator liputan mengkoreksi dan menerjemahkan ke Bahasa Mataraman sehingga siap untuk proses *voice over* berita dan persiapan untuk proses syuting *tapping*. *Tapping* biasa dilakukan pada hari jum'at setelah syuting program acara Suguhan Sepincuk Berita. Seusai melakukan syuting maka akan masuk proses *editing* video dan akan tayang pada hari senin pukul 05.00 WIB hingga pukul 06.00 WIB.

Selain itu manajemen organisasi di JTV Biro Madiun sendiri cukup baik dalam pengelolaannya. Dibuktikan dengan diadakannya upgrading skill bagi seluruh karyawan sehingga karyawan dapat menambah pengetahuan baru sesuai dengan divisi masing-masing seperti halnya presenter, wartawan yang diharuskan untuk mengikuti uji kompreksi wartawan yang diselenggarakan oleh persatuan wartawan Indonesia di Madiun. Selain itu divisi editor juga mendapatkan kesempatan untuk studi banding dengan kru JTV pusat yang terletak di Surabaya sehingga dapat sebagai wadah bertukar pengalaman dan pengetahuan mengenai dunia *editing*.

Setiap perusahaan ataupun organisasi membutuhkan suatu upgrading skill sebagai upaya untuk menambah kemampuan dan juga wawasan sumber daya manusia yang dimiliki demi kemajuan dan perkembangan perusahaan kedepannya. Dalam hal ini, JTV Biro Madiun telah melakukan beberapa upgrading skill diantaranya, mengikuti pelatihan jurnalistik serta studi banding terkait video editor di kantor JTV Pusat Surabaya. Namun, menurut peneliti upgrading skill tersebut masih terbilang kurang maksimal dikarenakan untuk menjadi program

yang dapat bertahan dan berkembang, dibutuhkan banyak keahlian, wawasan dan kreatifitas yang sangat luas.

Digital marketing skill adalah salah satu contoh upgrading skill yang perlu dicoba oleh JTV Biro Madiun. Perkembangan era digital yang semakin pesat sangat penting dimanfaatkan ke arah yang positif. Salah satunya adalah memiliki skill dalam digital marketing. Media penyiaran perlu untuk terus mengikuti perkembangan zaman yang terjadi dalam masyarakat. Dalam hal ini, “Pojok Perkoro” dapat membuat konten-konten yang tetap terfokus pada berita di aplikasi TikTok dan Instagram yang saat ini sedang viral. Dengan demikian, Pojok Perkoro dapat eksis di media sosial sebagai ajang promosi atau marketing, diharapkan program berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui digital marketing.

Mengenai strategi manajemen dalam eksekusi JTV Biro Madiun terdapat 4 strategi yang diterapkan dalam eksekusi program diantaranya adalah head to head, program tandingan, pendahuluan kuat dan strategi buaian. Keempat strategi manajemen tersebut telah terbukti menjadikan JTV Biro Madiun eksis dan dapat bertahan hingga sekarang. Dimulai dari head to head yang mana mengajak masyarakat yang tengah menonton program televisi saingan untuk mencoba bergeser ke stasiun televisi JTV Biro Madiun dengan menyajikan program yang sama dengan televisi kompetitor. Sehingga penonton mendapatkan program acara yang serupa namun dengan pengemasan yang berbeda, dengan demikian diharapkan dapat menjadikan program acara pojok perkoro sebagai salah satu pilihan tontonan favorit masyarakat.

Setelah menerapkan strategi manajemen head to head, selanjutnya JTV Biro Madiun menggunakan strategi yang disebut program tandingan, dimana program acara yang ditayangkan mempunyai sesuatu hal yang berbeda atau dapat menjadi pembeda antara berita yang dibawakan oleh stasiun televisi saingan dengan stasiun televisi milik JTV Biro Madiun. JTV Biro Madiun telah menerapkan penggunaan Bahasa daerah Mataraman untuk menjadi nilai lebih JTV Biro Madiun sebagai penyedia informasi. Strategi seperti ini cukup sukses dalam menggiring masyarakat untuk dapat memilih JTV Biro Madiun sebagai salah satu televisi tontonan favorit.

Selain strategi tersebut, JTV Biro Madiun juga memiliki strategi lain yakni program tandingan, dimana strategi tersebut digunakan untuk mengalihkan pemirsa stasiun televisi pesaing ke stasiun televisi sendiri dengan menawarkan program dengan daya tarik yang berbeda untuk menarik pemirsa yang kebutuhannya tidak terpenuhi. JTV Biro Madiun memilih penggunaan Bahasa daerah Mataraman sebagai daya tarik utama dan terkesan lebih merangkul masyarakat karena menggunakan Bahasa daerah warga sekitar.

Antusias masyarakat dalam menonton “Pojok Perkoro” sebagai program siaran yang menyuguhkan berita sangat luar biasa hingga menjadi tontonan yang ditunggu-tunggu sebelum berangkat kerja. Bahasa yang terkesan friendly menjadi kunci utama JTV Biro Madiun dalam pendekatan kepada masyarakat. Selain hal tersebut, JTV Biro Madiun juga sebagai upaya dalam melestarikan Bahasa daerah yang mulai tertinggal.

Selanjutnya strategi ketiga yang digunakan berupa pendahuluan kuat. Pendahuluan kuat yang digunakan JTV Biro Madiun cukup bagus untuk menjadikan masyarakat penasaran dengan keseluruhan isi berita yang akan ditayangkan. JTV Biro Madiun menggunakan berita hardnews sebagai pendahuluan kuat supaya masyarakat penasaran dengan kronologi kejadian peristiwa. Namun terkadang juga JTV Biro Madiun menggunakan berita softnews sebagai pendahuluan berita, berita yang dipilih sebagai pendahuluan merupakan berita yang terkesan asing dan tak biasa terjadi seperti halnya kejadian unik di Kabupaten Ponorogo yakni pohon Nangka berbuah durian. Hal seperti ini juga menjadi sesuatu yang membuat masyarakat penasaran dengan kejadian tersebut. Pendahuluan kuat sangat menentukan bagaimana program tersebut menarik atensi masyarakat untuk menonton program berita “Pojok perkoro”.

Tak hanya itu, strategi selanjutnya yang digunakan oleh JTV Biro Madiun yakni strategi buaian yang dimana program siaran “Pojok Perkoro” ditayangkan pada jam dimana seharusnya program lain tayang di jam tersebut. Seperti halnya jadwal tayang “Pojok Perkoro” yang diletakkan pada setiap hari senin pukul 05.00 – 06.00, padahal seharusnya dijam tersebut merupakan jadwal jam tayang program siaran “Suguhan Sepincuk Berita”. Strategi buaian digunakan JTV Biro Madiun pada awal pengenalan program siaran “Pojok Perkoro” sehingga seolah-olah masyarakat yang awalnya menunggu tayangan “Suguhan Sepincuk Berita” dipaksa untuk menonton program siaran “Pojok Perkoro”.

Direktur JTV Biro Madiun dalam melakukan pengawasan terhadap seluruh proses penyiaran program berita “Pojok Perkoro” menggunakan 3 cara untuk kemajuan program. Cara yang pertama yakni direktur mengamati seluruh jalannya penyiaran mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Direktur menjadi tangan pertama yang akan bertanggung jawab atas proses jalannya proses produksi siaran tersebut hingga setelah tayang di televisi.

Selain tugas tersebut, direktur JTV Biro Madiun menilai mutu penyiaran yang digarap oleh kru wartawan hingga editor. Mutu penyiaran JTV Biro Madiun selama ini cukup baik dan tinggal mengembangkan lagi untuk mutu penyiaran. Mutu penyiaran juga menjadi perhatian khusus dikarenakan hal tersebut juga disorot oleh Komisi

Penyiaran Indonesia atau KPI. Jika tayangan di JTV Biro Madiun tidak bermutu dan mengandung unsur negatif, maka akan diberhentikan oleh KPI untuk program tersebut.

Direktur JTV Biro Madiun juga mengadakan evaluasi serta masukan untuk perkembangan program siaran “Pojok Perkoro” yang dimana evaluasi dan masukan tersebut sebagai pembelajaran JTV Biro Madiun supaya dapat menyuguhkan tayangan yang lebih baik dan utamanya sesuai dengan permintaan masyarakat mengenai tayangan-tayangan di JTV Biro Madiun.

“Pojok Perkoro” adalah program berita yang bisa dikatakan spesial karena perbedaannya dengan program lain. Program berita “Pojok Perkoro” di JTV Biro Madiun mengunggulkan budaya daerah dengan cara menggunakan bahasa Mataraman sebagai bahasa pengantar dalam penyajian dan penyiaran berita. Bahasa Mataraman sendiri merupakan bahasa keseharian yang digunakan oleh masyarakat Jawa Timur bagian barat termasuk karesidenan Madiun. Hal ini memudahkan beberapa masyarakat karesidenan Madiun untuk menonton berita dikarenakan penyajian berita yang menggunakan bahasa keseharian mereka. Selain itu, program berita “Pojok Perkoro” juga memfokuskan berita di sekitar wilayah karesidenan Madiun yang sangat jarang tersorot oleh media berita televisi nasional.

Seperti namanya, “Pojok Perkoro” yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia berarti “Sudut Perkara”, program ini hanya terfokus untuk menyajikan berita tentang suatu perkara yang terjadi di daerah karesidenan Madiun. Dalam hal ini, program berita “Pojok Perkoro” hanya menyiarkan hard news tanpa pernah merambah ke ranah soft news. Meskipun demikian, ada hal yang sangat disayangkan yaitu terkait jam tayang. Program berita “Pojok Perkoro” hanya memiliki jam tayang satu jam dalam satu pekan dan pada jam yang kurang tepat. Jadwal tayang “Pojok Perkoro” yaitu setiap hari Senin pada pukul 05.00 – 06.00 WIB. Dengan keunikan yang dimiliki oleh program berita “Pojok Perkoro”, seharusnya jam tayang memungkinkan untuk dapat ditambah.

Seperti contohnya, dalam tahap perencanaannya “Pojok Perkoro” masih belum optimal untuk pelaksanaan rapat redaksi dan budgeting. Dalam tahap pengorganisasian, “Pojok Perkoro” belum memiliki cukup anggota untuk *handle* pelaksanaan program sehingga menyebabkan adanya *double job* atau kerja ganda oleh beberapa anggota tim produksi. Sedangkan pada tahap eksekusi, “Pojok Perkoro” hanya memiliki jam tayang yang hanya satu jam per pekan, hal ini dianggap kurang maksimal untuk penyiaran suatu program berita.

PENUTUP

SIMPULAN

JTV Biro Madiun sebagai salah satu media penyiaran yang menghasilkan produk berita lokal dan diminati oleh masyarakat karesidenan Madiun karena menggunakan Bahasa daerah khas mataraman yang jarang dijumpai di stasiun televisi lokal bahkan sesama biro JTV dan ini merupakan keunggulan serta strategi JTV Biro Madiun dalam menarik atensi masyarakat. Selain itu, perencanaan yang disusun oleh kru JTV Biro Madiun terbilang sistematis dalam mempersiapkan program siaran dari mulai pengambilan berita ataupun data informasi di lapangan, penulisan naskah berita oleh wartawan lapangan, pengisian suara berita oleh *voice talent*, proses syuting presenter berita hingga publikasi atau produk siap siar.

Penelitian ini membahas mengenai manajemen penyiaran program berita “Pojok Perkoro” pada televisi lokal JTV Biro Madiun. Dimana manajemen penyiaran televisi merupakan kemampuan seseorang atau perusahaan untuk mempengaruhi atau memanfaatkan kepandaian atau keterampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran, dalam usaha mencapai tujuan bersama. Dalam manajemen media penyiaran itu sendiri terdapat beberapa tahapan yang terjadi yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pengekseskuan dan juga pengawasan. Disini pogram berita “Pojok Perkoro” JTV Biro Madiun diketahui sudah menerapkan tahapan tersebut. Namun sangat disayangkan karena dalam perencanaan, pengorganisasian dan juga pengekseskuan, “Pojok Perkoro” masih kurang maksimal dalam penerapannya.

Seperti contohnya, dalam tahap perencanaannya “Pojok Perkoro” masih belum optimal untuk pelaksanaan rapat redaksi dan *budgeting*. Dalam tahap pengorganisasian, “Pojok Perkoro” belum memiliki cukup anggota untuk *handle* pelaksanaan program sehingga menyebabkan adanya *double job* atau kerja ganda oleh beberapa anggota tim produksi. Sedangkan pada tahap eksekusi, “Pojok Perkoro” hanya memiliki jam tayang yang hanya satu jam per pekan, hal ini dianggap kurang maksimal untuk penyiaran suatu program berita.

SARAN

Berdasarkan hasil refleksi dari peneliti selama periode penelitian berlangsung, peneliti memberikan saran mengenai beberapa hal dalam bidang akademis maupun praktis yang dapat diterapkan oleh peneliti lain dengan minat penelitian serupa. Dalam bidang akademis seperti, lebih mengembangkan kajian mengenai

manajemen media, khususnya media penyiaran di Indonesia, dan juga peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian manajemen media yang dilakukan oleh JTV Biro Madiun dapat melihat isu ataupun aspek lain selain yang tercakup dalam penelitian ini.

Sedangkan dalam bidang praktis yaitu, terkait dengan beberapa aspek manajemen yang dilakukan JTV Biro Madiun, penting bagi profesional kru media untuk memberikan tayangan dan konten yang baik kepada *audiensnya*. Akan lebih baik lagi jika JTV Biro Madiun dapat memasukkan budaya Indonesia ke dalam konten program siarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fuaddah, A. (2017). *Manajemen Penyiaran Televisi di Purwokerto (Studi Kasus Pada Manajemen Komunikasi dalam Proses Produksi Program Acara Hiburan Di Bmstv Periode Bulan Januari-Februari 2017)*. Yogyakarta. (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Head-Sterling. 1982. *Crafting and Executing Strategy*. 16th edition, New York: The McGraw Hill Companies, Inc.,
- Kuswandi, Wawan. (1996). *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Mabruri KN, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV, Format Acara Non-Drama, News, & Sport*. Jakarta. PT. Grasindo.
- Massie, R. D. (2013). *Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif Di Kantor Rri Manado*. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).Manado
- Mega Setiyo Rahayu, C. (2020). *Produksi Program Acara Mlaku-Mlaku Makin Seru di JTV Madiun*. Bandung
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta. Kencana Prenada Media.
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2018). *Manajemen sumber daya manusia di stasiun televisi lokal radar Tasikmalaya TV*. *ProTVF*, 2(1), 1-18.
- Pramesti, L. K. P., Suryawati, I. G. A. A., & Purnawan, N. L. R. (2018). *MANAJEMEN MEDIA MASSA NUSA BALI PASCA KEBIJAKAN KONVERGENSI*. Bali
- Rahmawati, F. (2017). *Manajemen Media Televisi (Studi Kasus Pada Televisi Lokal JTV Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Republik Indonesia. (2002). *Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran*. Jakarta. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia
- Silvia, I., Perwirawati, E., Kom, M. I., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). *Manajemen Media Massa*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Straubhaar, J & LaRose, R. (2004) hal 52. *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*, 4th edition, Singapore: Thomson Learning, Inc.,
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung. CV. Mandar Maju.
- Terry, George R. (2012). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta. Bumi Aksara
- Undang-Undang R.I. No. 32 Th. 2002 dan Peraturan MENKOMINFO Th. 2007 tentang Penyiaran dan Undang-Undang R.I No.40 Th. 1999 tentang Pers. Bandung: Citra Umbara
- Yin, R. K. (2002). *Studi Kasus : Desain dan Metode, cetakan ke-tiga*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada