

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENGEMBANGKAN SINJAI TV



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos)
Oleh:

EGA PUSPITA SARI
NIM. 180208001

Pembimbing:

1. Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I
2. Surianti, S.Sos., M.A

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI
TAHUN 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ega Puspita Sari

Nim :180208001

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran
Islam (KPI)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 20 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

EGA PUSPITA SARI

NIM. 180208001

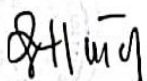
PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi berjudul Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai TV, yang ditulis oleh Ega Puspita Sari Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 180208001, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 26 Juli 2022 M bertepatan dengan 16 Dzulhijjah 1444 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Ismail, M.Pd.	Sekretaris	(.....)
Dr. Ismail, M.Pd.	Penguji I	(.....)
Muhlis, S.Kom.I., M.Sos.I.	Penguji II	(.....)
Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I	Pembimbing I	(.....)
Surianti, S.Sos., MA	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui,
Dekan FUKIS IAIM Sinjai


Dr. Suriati, M.Sos.I.
NBM. 948 500

ABSTRAK

Ega Puspita Sari, *Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv*. Skripsi.Sinjai: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, 2022.

Penelitian ini diangkat dari sebuah fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi Komunikasi dalam Mengembangkan Sinjai Tv (2) faktor pendukung dan penghambat Dalam Mengembangkan Sinjai Tv

Jenis penelitian ini adalah naturalistik dengan pendekatan Kualitatif. Subjek penelitian adalah Kepala UPTD dan Crew Sinjai Tv. Objek penelitian adalah Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data yaitu dengan reduksi data, data display dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam mengembangkan Sinjai Tv yakni: 1) Melakukan strategi pada program, melakukan segmentasi dalam merebut pasar khalayak, pemanfaatan teknologi internet, melakukan strategi pemasaran program. 2) Faktor pendukung dalam mengembangkan Sinjai Tv yakni, Adanya konvergensi/peralihan dari Tv Analog (kabel) ke sistem digital, terjalinnya kerjasama dengan salah satu Tv Nasional, yaitu TVRI. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu: Kurangnya fasilitas/alat penunjang siaran yang ada, masih minimnya SDM yang ada dan perlu dilakukan perekrutan anggota yang keilmuan serta *skill* yang memang sesuai dengan yang dibutuhkan Sinjai Tv, serta kurangnya dana yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan yaitu :

1. Strategi komunikasi yang dipergunakan dalam mengembangkan Sinjai Tv tidak lepas dari yang namanya perencanaan, manajemen, pelaksanaan kegiatan, monitoring kegiatan dan evaluasi dari kegiatan untuk mengetahui keberhasilan atas apa yang dilaksanakan. Dengan melihat keadaan yang ada bahwa saat ini Siaran Sinjai TV terbilang terbatas yang hanya dapat dijangkau oleh beberapa daerah dikarenakan sistemnya yang masih analog maka diperlukan beberapa strategi/cara untuk memperluas jangkauan siarannya, yaitu: melakukan strategi pada program, melakukan segmentasi dan merebut pasar khalayak, pemanfaatan teknologi internet, melakukan strategi pemasaran program.
2. Keberhasilan untuk mengembangkan Sinjai Tv tak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Adapun faktor pendukung dalam mengembangkan Sinjai Tv yaitu: Adanya konvergensi/peralihan dari Tv Analog (kabel) ke sistem digital, terjalinnya kerjasama dengan salah satu Tv Nasional, yaitu TVRI. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu: Kurangnya fasilitas/alat penunjang siaran yang ada, masih minimnya SDM yang ada dan perlu dilakukan perekrutan anggota yang keilmuan serta *skill* yang memang sesuai dengan yang dibutuhkan Sinjai Tv, serta kurangnya dana yang ada

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pengembangan, Sinjai Televisi

ABSTRACT

Ega Puspita Sari, Communication Strategy in Developing Sinjai Tv. Thesis. Sinjai: Islamic Communication and Broadcasting Study Program (KPI), Faculty of Ushuluddin and Islamic Communication IAI Muhammadiyah Sinjai, 2022.

This study aims to determine: (1) Communication Strategy in developing Sinjai Tv (2) supporting and inhibiting factors in developing Sinjai Tv. This type of research is naturalistic with a qualitative approach. The research subjects were the Head of UPTD and Crew Sinjai Tv. The object of research is Communication Strategy in Developing Sinjai Tv. The data collection techniques are by observation, interviews and documentation. The data analysis technique uses data collection, namely data reduction, data display and data verification. The results showed that the communication strategies in developing Sinjai Tv were: 1) Performing a strategy on the program, segmenting and seizing the audience market, utilizing internet technology, and implementing a program marketing strategy. 2) Supporting factors in developing Sinjai Tv, namely, the existence of convergence/transition from Analog (cable) TV to a digital system, the establishment of cooperation with one of the National TV stations, namely TVRI. While the inhibiting factors are: Lack of existing broadcast support facilities/tools, the lack of existing human resources and the need to recruit members who have knowledge and skills that are in accordance with what is needed by Sinjai Tv, and the lack of available funds.

Keywords: Communication Strategy, Development, Sinjai Television

المستخلص

إيغا فسبيت ساري، استراتيجية الاتصال في تطوير تلفزيون سنجائي. البحث، سنجائي: قسم الاتصال والبت الإسلامي، كلية أصول الدين والاتصال الإسلامي جامعة الإسلامية المحمدية سنجائي، ٢٠٢٢.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد: (١) استراتيجية الاتصال في تطوير تلفزيون سنجائي (٢) العوامل الداعمة والمشطة في تطوير تلفزيون سنجائي. هذا النوع من البحث طبيعي مع نمج نوعي. كان موضوع البحث رئيس وحدة التنفيذ الفني وطاقم تلفزيون سنجائي. الهدف من البحث هو استراتيجية الاتصال في تطوير تلفزيون سنجائي. تقنيات جمع البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تستخدم تقنية تحليل البيانات جمع البيانات، وهي تقليل البيانات وعرضها والتحقق منها. أظهرت النتائج أن استراتيجيات الاتصال في تطوير تلفزيون سنجائي كانت: (١) تنفيذ استراتيجية على البرنامج، وتقسيم سوق الجمهور والاستحواذ عليه، واستخدام تقنية الإنترنت، وتنفيذ استراتيجية تسويق البرنامج. (٢) العوامل الداعمة في تطوير تلفزيون سنجائي، وهي وجود تقارب / انتقال من التلفزيون التناظري (الكلي) إلى النظام الرقمي، وإقامة تعاون مع إحدى محطات التلفزيون الوطنية، وهي TVRI. في حين أن العوامل المثبطة هي: الافتقار إلى مرافق / أدوات دعم البث الحالية، ونقص الموارد البشرية الحالية والحاجة إلى توظيف أعضاء لديهم المعرفة والمهارات التي تتوافق مع ما يحتاجه تلفزيون سنجائي، ونقص الأموال المتاحة.

الكلمات الأساسية: استراتيجية الاتصال، التنمية، تلفزيون سنجائي

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدًا

وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَخْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta saya, Ayahanda Mansur dan Ibunda Suriani yang selalu memberikan Do'a dan dukungan. Terima kasih telah mendidik dan membesarkan;
2. Dr. Firdaus, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai;
3. Dr. Ismail, M. Pd. selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai;
4. Rahmatullah, S,Sos.I.,M.A. selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai;

5. Dr. Muh.Anis, M.Hum. selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai;
6. Suriati, S.Ag., M.Sos.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam;
7. Faridah, S.Kom.I.,M.Sos.I. selaku Pembimbing I dan Surianti, S.Sos.M.A. selaku Pembimbing II.
8. Faridah, S.Kom.I.,M.Sos.I. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI Muhammadiyah Sinjai;
9. Seluruh dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
10. Kepala dan Staff Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
11. Teman-teman mahasiswa IAI Muhammadiyah Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah Swt., dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Sinjai, 20Juni 2022

Ega Puspita Sari
NIM. 180208001

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PENGESAHAN.....

ABSTRAK.....

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI.....

DAFTAR TABEL.....

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Batasan Masalah

C. Rumusan Masalah

D. Tujuan Penelitian

E. Manfaat Penelitian

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

a. Definisi Strategi Komunikasi.....

b. Unsur-unsur Komunikasi

c. Hambatan Strategi Komunikasi

2. Tinjauan Sinjai Tv Sebagai Lembaga

Penyiaran Publik Lokal	
a. Definisi Lembaga Penyiaran Publik	
Lokal Dekskripsi Sinjai Tv	
b. Strategi Komunikasi Pemasaran	
Televisi Lokal	
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	
B. Defenisi Operasional.....	
C. Tempat dan Waktu Penelitian	
D. Subjek dan Objek Penelitian	
E. Teknik Pengumpulan Data.....	
F. Instrumen Penelitian	
G. Keabsahan Data.....	
H. Teknik Analisi Data	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
B. Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan	
Sinjai Tv.....	
C. Faktor Pendukung dan Penghambat	
Dalam Mengembangkan Sinjai Tv	
BAB V PENUTUP.....	
A. Kesimpulan	

B. Saran	
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data Program Siaran Sinjai Tv	
Tabel 4.2. Proyeksi pendapatan iklan dan pendapatan l ain yang sah SINJAI TV tahun 2018-2022	
Tabel 4.3. Proyeksi laba rugi SINJAI TV tahun 2018-2022	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gambar Logo Sinjai Tv.....	
Gambar 4.2. Gambar Siaran Langsung Acara	
Mappadendang.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia, karena ini merupakan unsur terpenting dalam proses interaksi. Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, mereka ingin mengetahui apa yang terjadi di lingkungan sekitar dan rasa ingin tahu ini yang mendorong mereka untuk perlu melakukan yang namanya komunikasi. Seperti yang tertuang dalam QS. Al-Hujurat (49):13, sebagai berikut:

لِتَعَارَفُوا وَفَبَآئِلَ شُعُوبًا وَجَعَلْنٰكُمْ وَاُنْتٰى ذِكْرٍ مِّنْ خَلْقِكُمْ اِنَّا الْنَّاسُ بَآئِبَةٌ
اَنۡتَقَلَكُمُ اللّٰهُ عِنۡدَ اَكْرَمٰكُمْ اِنَّ

حَبِيْرٌ عَلِيْمٌ اَللّٰهُ اِنَّ

Terjemahnya:

Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu.

Sesungguhnya Allah maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.

Ayat ini menegaskan bahwa tidak ada perbedaan nilai kemanusiaan antara laki-laki dan perempuan, keduanya mempunyai kedudukan yang sama dihadapan sang pencipta. Adapun tujuan ayat ini agar manusia saling kenal-mengenal sehingga dapat memberikan manfaat kepada sesama.

Banyak pakar yang menilai bahwa komunikasi adalah sebuah kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat (Cangara, 2016). Komunikasi juga diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, sebab dengan adanya komunikasi yang baik maka keseimbangan dalam masyarakat dapat terjalin serta berlangsung dengan baik pula.

Semua proses komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan untuk mempengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk

perubahan persepsi dan perubahan pendapat (Cangara, 2016).

Agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif antara komunikator dengan komunikan diperlukan adanya strategi yang dapat menjadi acuan agar proses komunikasi yang dilakukan terwujud dengan sistematis, teratur dan terarah. Untuk memperoleh *feedback* atau umpan balik maupun efek dari komunikan.

Untuk mencapai tujuan tersebut strategi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis. Strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan guna melancarkan komunikasi dengan memperhatikan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Arifin, 2018).

Selain itu, munculnya medium komunikasi seperti surat kabar, radio dan televisi telah membuat manusia dapat menerima dan menyampaikan informasi secara langsung dan serempak. Seiring dengan perkembangan globalisasi yang menuntut kecepatan informasi maka sangat dibutuhkan kehadiran sebuah media informasi ditengah-tengah masyarakat. Berbagai informasi tentang daerah yang tidak terekspose oleh

media nasional mendasari kehadiran media televisi lokal di daerah. Televisi lokal merupakan salah satu bagian dari media massa lokal. Media massa lokal adalah media massa yang isi kandungannya beritanya mengacu dan menyesuaikan dengan kondisi atau peristiwa dimana media massa tersebut dikelola. Kehadiran televisi lokal menambah pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, hiburan dan pendidikan. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang penyiaran yang lebih menitikberatkan pada partisipasi dan kontrol masyarakat serta pemberdayaan institusi lokal, (Morissan, 2015).

Televisi merupakan salah satu medium bagi para pemasang iklan. Media televisi merupakan media industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya sumber daya manusia yang memadai. Pada umumnya, televisi dibangun tanpa pengetahuan pertelevisian yang memadai dan hanya berdasarkan semangat dan modal besar saja (Morissan, 2015).

Televisi dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu. Artinya siaran dari suatu media televisi dapat diterima dimana saja dalam jangkaun pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Siaran televisi sesuai dengan sifatnya yang dapat diikuti secara audio dan visual secara bersamaan oleh lapisan masyarakat, dapat diterima dengan baik namun ada juga sebagian kecil masyarakat yang justru merasa jengkel atas sebuah program yang ditayangkan.

Sinjai Televisi atau biasa disingkat Sinjai Tv merupakan satu-satunya media televisi lokal yang ada di Kabupaten Sinjai. Diawal penyiarannya, Televisi Sinjai lebih memfokuskan diri untuk menyampaikan informasi atau berita diseputar wilayah di Kabupaten Sinjai (Arfika, 2015).

Sebagai Televisi lokal Sinjai Tv dengan jargon programnya, lokal dan bergaya khas Sinjai, berkomitmen untuk mengembangkan potensi daerah dan memberikan yang terbaik bagi daerah secara luas dengan kepedulian dan memberikan informasi dalam bentuk audio visual kepada masyarakat Kabupaten

Sinjai dengan program-program yang mengedepankan potensi lokal (Arfika, 2015).

Sayangnya dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat khususnya dalam hal industri pertelevisian, Sinjai TV nyatanya belum mampu melebarkan sayap ke ranah industri yang lebih luas jangkauan siarannya. Dengan realita atau kenyataan yang ada inilah maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan Sinjai Tv sebagai objek penelitian.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan permasalahan penelitian agar tidak terlalu meluas, maka peneliti perlu membatasi permasalahan penelitian terkhusus pada Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv?
2. Apa Saja Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Mengembangkan sinjai Tv?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan sinjai Tv
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor penghambat dan pendukung Dalam Proses Mengembangkan Sinjai Tv

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini,yaitu sebagai berikut:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi Pengembangan Ilmu Komunikasi terutama yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi dan komunikasi penyiaran Publik.

2. Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam penerapan Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv
- b. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan bagi Sinjai Tv dalam

Mengembangkan dan memperluas jangkauan siarannya.

- c. Adapun manfaat penelitian bagi penulis sendiri adalah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar S.Sos. pada jurusan KPI IAIM Sinjai

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Tinjauan Tentang Strategi komunikasi

a. Definisi Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*" yang artinya tentara dan kata "*again*" yang berarti pemimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi komunikasi dapat diartikan sebagai seni perang para jenderal (*the Art of General*) atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan (Cangara, 2013). Namun dalam hal ini strategi komunikasi yang dimaksud bukanlah tentang konsep militer.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*managemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan satu arah, melainkan harus

mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2017).

Strategi merupakan simpulan taktik dalam keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan, diperoleh atau didapat, oleh karena itu strategi biasanya terdiri atas dua atau satu taktik, dengan anggapan yang satu lebih bagus dari yang lain, dengan demikian strategi merupakan kumpulan taktik dengan maksud untuk mencapai tujuan dan sasaran dari perusahaan, institusi atau badan (Satmaniar, 2020).

Strategi komunikasi sangat penting dalam menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat *informative* persuasif, dan instruksi secara sistematis ke sasaran untuk memperoleh hasil optimal (Sartika, 2015).

Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan

bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2017).

Strategi komunikasi yang baik adalah strategi yang dapat menetapkan atau menempatkan posisi seseorang secara tepat dalam komunikasi dengan lawan komunikasinya, sehingga dapat mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Keberadaan strategi komunikasi tak lepas dari adanya tujuan yang akan dicapai (Musliadi, 2020)

Istilah komunikasi atau *communication* memang sangat akrab ditelinga namun membuat sebuah definisi tentang komunikasi tidaklah semudah yang diperkirakan. Staphen Littlejohn mengatakan:

Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, possesses numerous meanings (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti) (Morissan, 2014)

Menurut Harold D. Laswell sebagaimana dinukil oleh Nurudin memberikan sebuah definisi bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan; “Siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Efeknya apa? (Nuruddin, 2019). Shannon dan Weaver, 1949 sebagai mana yang dinukul oleh Hafied Cangara, mengungkapkan bahwa Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya sengaja atau tidak disengaja. tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan seni, dan teknologi (Cangara, 2016).

Selain itu komunikasi juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai sebuah kesepahaman makna, atau lebih menekankan pada tindakan persuasif (mempengaruhi).

Dalam berkomunikasi ada dua dimensi penting yang dapat dijadikan pertimbangan yaitu

menyampaikan isi dan mendefinisikan hubungan sosial. Kesamaan isi ini dapat mengakrabkan komunikator atau justru menjauhkannya. Orang yang saling berkomunikasi dituntut untuk menjalin suatu hubungan yang hangat diantara lawan bicaranya. Dalam konteks ini, berkomunikasi dapat menjalin silaturahmi dan islam melarang umutnya untuk memutuskan silaturahmi. Dari penjelasan tersebut, istilah *qaulan masyura* merupakan proses komunikasi tatap muka yang menampilkan ucapan yang lembut dan memelihara keharmonisan antar komunikator (Basit, 2018). Sebagaimana yang terdapat dalam QS. Thaha (20): 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahnya:

Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.

Ayat ini mengandung makna bahwa Allah SWT memerintahkan kepada kita sebagai manusia untuk senantiasa berkata lemah lembut kepada sesama yang juga disertai dengan sikap dan perilaku yang lemah lembut pula. Karena

pada dasarnya islam mengajarkan manusia untuk senantiasa hidup berdampingan dengan damai dan penuh kasih sayang.

Muhammad Arni dalam bukunya “Komunikasi Organisasi” mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan digunakan untuk melancarkan komunikasi dengan melampirkan pengirim, pesan, dan penerima pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Ningrum A. , 2019).

Menurut Carl Rogers, 1982 yang dinukil Ahmad Sultra dan Nurhakki memberikan batasan mengenai pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sementara itu, Middleton, 1980 yang juga dinukil Ahmas Sultra dan Nurhakki membuat definisi strategi komunikasi sebagai kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, komunikan,

pesan, saluran, penerima sampai pada efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Nurhakki, 2017).

Strategi komunikasi baik secara makro maupun mikro, mempunyai fungsi ganda yaitu:

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani *culture gap* akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika diabaikan akan merusak nilai-nilai budaya (Ningrum A. , 2019).

Adapun strategi pengembangan sebagaimana yang disampaikan oleh Dimmick dan Rothenbuhler dalam Ekologi Media adalah:

- 1) Melaksanakan strategi program tv, dimana menurut Morissan terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program serta pengawasan dan evaluasi program.

- 2) Melakukan segmentasi dalam merebut pasar khalayak, dalam mempertahankan khalayaknya ada beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain melakukan segmentasi pemirsa, memilih target penonton, membangun persepsi penonton melalui *image* dan *tagline*.
 - 3) Pemanfaatan teknologi internet (media baru)
 - 4) Melakukan strategi pemasaran program
- b. Unsur-unsur Komunikasi
- 1) Sumber (komunikan)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber terkadang disebut sebagai pengirim pesan atau komunikator (Cangara, 2016).

- 2) Pesan

Adalah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa

tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima (Cangara, 2013).

3) Media

Adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini dapat berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi dan internet. Bisa juga merupakan saluran lainnya misalnya kelompok pengajian, atau arisan, serta media alternatif lainnya misalnya poster, brosur, buku dan sebagainya. (Cangara, 2013)

4) Penerima

Adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan audiens, khlayak, mad'u ataupun decoder (Cangara, 2013).

5) Pengaruh atau efek

Pengaruh bisa diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada

pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh bisa juga diartikan sebagai akibat atau dampak (Cangara, 2013).

6) Umpan balik

Adalah tanggapan yang diberikan oleh penerima dari sumber. Sebenarnya ada juga yang berpendapat bahwa umpan balik adalah efek atau pengaruh (Cangara, 2013).

7) Lingkungan

Adalah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebab informasi tidak dapat dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima. Misalnya tempatnya jauh di daerah pegunungan lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya, dan sebagainya (Cangara, 2013).

c. Hambatan Strategi Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver yang dinukil oleh Au Ningrum dalam jurnalnya, gangguan komunikasi terjadi intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak berlangsung secara efektif, sedangkan rintangan komunikasi adalah adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan komunikator dan komunikan (Ningrum A. , 2019). Gangguan atau rintangan komunikasi dapat dibedakan mejadi tujuh macam yaitu:

1) Ganguan Teknis

Ganggaun teknis terjadi jika asalah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi dari sebuah saluran mengalami kerusakan. Misalnya gangguan pada stasiun radio dan tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising (Ningrum A. , 2019).

2) Gangguan semantik dan psikologis

Gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan komunikasi yang dilakukan. Misalnya kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu (Ningrum A. , 2019).

Rintangan psikologis terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh persoalan-persoalan individu. Misalnya rasa curiga penerima informasi kepada pemberi informasi, situasi berduka atau karena gangguan kejiwaan sehingga dalam penerimaan dan pemberian informasi tidak dapat berjalan dengan baik (Ningrum A. , 2019).

3) Rintangan fisik

Adalah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai tidak adanya jalur transportasi dan sebagainya (Ningrum A. , 2019).

4) Rintangan status

Adalah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status antara atasan dan bawahan (Ningrum A. , 2019).

5) Rintangan kerangka berpikir

Adalah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dengan komunikan terhadap pesan yang disampaikan dalam berkomunikasi. Ini bisa disebabkan karena latar belakang pendidikan yang berbeda, rintangan yang sulit diatasi pada hakikatnya berada antara pikiran seseorang dengan orang lain (Ningrum A. , 2019).

6) Rintangan budaya

Adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi (Ningrum A. , 2019).

2. Tinjauan Sinjai TV Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal

a. Pengertian Lembaga Penyiaran Publik Lokal

Penggunaan istilah lembaga penyiaran publik (LPP) sebagaimana tercantum dalam undang-undang nomor 32 tahun 2002 dan aturan pelaksanaannya di Indonesia menunjukkan adanya keragaman penyebutan mengenai penyiaran publik itu sendiri. Istilah yang paling umum dipakai di seluruh dunia adalah *public service broadcasting* yang dalam teks Indonesia diterjemahkan sebagai penyiaran layanan publik. Sejauh ini tidak ada definisi baku mengenai lembaga penyiaran publik yang digunakan secara bersama-sama. Akan tetapi UNESCO mendefinisikan penyiaran publik sebagai penyiaran yang dibuat, dibiayai dan dikendalikan oleh publik untuk publik. PSB tidak bersifat komersial dan juga bukan milik negara, mereka bebas dari campur tangan politik dan tekanan dari kekuatan komersial (Darmanto, 2020).

Penyiaran dibangun berdasarkan kebutuhan untuk mengatasi kelemahan dari model penyiaran komersial yang berorientasi pada pasar untuk mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya untuk menutup kelemahan penyiaran dari pemerintah/negara yang berorientasi pada kepentingan publik kekuasaan (Darmanto, 2020)

Penyiaran publik di Indonesia mulai dikenal setelah runtuhnya rezim orde baru pada Mei 1998 oleh gerakan prademokrasi yang selanjutnya melahirkan tuntutan perlu adanya reformasi peraturan perundangan dibidang komunikasi. Dunia penyiaran mendapat perhatian besar dari kelompok prademokrasi untuk dilakukan perubahan kerugalsi. Namun sebelum muncul tuntutan dari publik, menteri penerangan pada waktu itu Yunus Yosfiah yang notabane berasal dari militer, dengan sigap melakukan reformasi dibidang penyiaran. Dengan terbitnya keputusan menteri penerangan RI nomor 143 tahun 1998, wajib relay siaran berita dan acara kenegaraan dari RRI oleh radio

swasta yang semula ditetapkan 18 kali perhari diubah menjadi 3 kali untuk siaran berita nasional, dan satu kali berita daerah (Darmanto, 2020).

Dengan demikian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa lembaga penyiaran publik lokal adalah sebuah lembaga penyiaran yang skala/jangkauan siarannya masih terbatas, yang masih dinaungi oleh pemerintah setempat dan program acara siarannya masih mengangkat tema mengenai budaya dari daerah itu sendiri.

Sementara itu Michael Tracy, dalam buku yang ditulis oleh Darmanto, dengan judul *Dinamika Penyiaran Publik di Indonesia* menyebutkan terdapat 8 prinsip yang berlaku bagi lembaga penyiaran publik (Darmanto, 2020), yaitu:

- 1) Memiliki universalitas dalam hal keterjangkauan layanan (*univercality of availability appeal*)
- 2) Memiliki universalitas dalam hal daya tarik siaran (*univercality of appeal*)

- 3) Penyediaan atau pelayanan pada kelompok minoritas, terutama mereka yang kurang beruntung baik secara fisik maupun karena kondisi sosialnya (*provision for minorites, especially those disadvantaged y physical or social circumentae*).
- 4) Menjadi ruang publik (*serving the public sphere*).
- 5) Memiliki komitmen terhadap pendidikan masyarakat (*a commitmen to the education of the public*)
- 6) Penyiaran publik harus dijauhkan dari semua kepentingan pribadi (*public broadcasting should he distanced from all vested interest*)
- 7) Penyiaran harus terstruktur sedemikian rupa untuk mendorong kemampuan bersaing dalam program yang baik, dan bukan kompetisi untuk memperebutkan angka-angka (*broadcting should be so structured asto encourage competitionin good programming rather than competition for numbers*)

8) Peran lembaga penyiaran publik harus memberikan kebebasan dari pada membatasi pembuat program (*the roles of broadcasting should liberate rather than restrict the progamer maker*).

b. Dekskripsi Sinjai TV

Lembaga penyiaran Sinjai TV berdiri pada tahun 2012, tepatnya tanggal 18 februari 2012 dengan latar belakang berdirinya lembaga penyiaran ini karena adanya teman-teman yang ingin sinjai ini maju si segi media, yaitu media televisi. Pada saat itu ada 4 orang yang memelopori berdirinya Sinjai TV dimana mereka pernah bergelut di beberapa media di luar Kabupaten Sinjai dan ingin bergabung sehingga dari Dinas Komunikasi, Informatika, Kebudayaan dan kepariwisataan pada saat itu menghimpun mereka, diantaranya Zainal Abidin Ridwan, A. Mulawarman Z, S.Ipem, A. Junaidi, dan Aswar Rachman. Dengan penuh kekuatan dan modal kerja hanya berkisar 50 juta. Dan bertepatan dengan pembukaan pameran pembangunan tahun 2012, Pada saat itu puluh

lah dilakukan launching Lembaga Penyiaran Sinjai TV tepatnya tanggal 18 februari 2012 (Arfika, 2015).

Seiring dengan berjalannya waktu dengan anggaran perubahan, Lembaga Penyiaran Sinjai TV mencoba manganggarkan suatu tower sehingga tidak lagi bergantung pada tv kabel. Karena awalnya Lembaga Penyiaran Sinjai TV hanya membentangkan kabel dari studio ke salah satu TV kabel (Fuji TV). Lambat laun seiring dengan berjalannya waktu, KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) merespon dengan baik karena Sinjai merupakan salah satu kabupaten yang memiliki Lembaga Penyiaran Publik Lokal (Arfika, 2015).

Sinjai Tv merupakan bagian dari televisi lokal milik pemerintah Kabupaten Sinjai, yang menayangkan program siarannya melalui *live streaming* di facebook dan youtube. Sinjai tv mengudara selama 6 jam sehari, selain itu juga memiliki program unggulan berita sekitar kabupaten sinjai, diantaranya yaitu kareba 7, kareba terkini, dan kareba 7 sepekan, serta

talkshow dan hiburan. Artinya Sinjai tv lebih mengedepankan edukasi dan informasi yang terjadi di Sinjai (Darmanto, 2020).

Keberhasilan Sinjai Tv yang dapat mempertahankan eksistensinya ditengah banyaknya persaingan industri penyiaran tidak lepas dari berbagai cara yang dilakukan baik dari pimpinan maupun *crew* Sinjai Tv. Mengingat televisi lokal akan sangat sulit bertahan ditengah banyaknya televisi swasta yang bersiaran nasional, belum lagi SDM yang terbatas dan biaya operasional stasiun televisi yang menjadi rintangan terbesar yang harus dihadapi Sinjai Tv. Adapun ciri-ciri khas yang dimiliki televisi lokal adalah:

- 1) Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat
- 2) Isinya mengacu dan menyesuaikan untuk kepentingan masyarakat setempat
- 3) Berita-berita yang dimuat mengenai peristiwa kegiatan, masalah, dan tokoh masyarakat setempat

- 4) Khalayaknya terbatas pada tokoh masyarakat yang wilayah dengan tempat media massa itu
- 5) Khalayaknya kurang bervariasi dalam struktur ataupun deferensiasi sosial bila dibandingkan dengan khalayak media massa nasional (Darmanto, 2020).

Adapun landasan operasional didirakannya Lembaga Penyiaran Sinjai TV (Arfika, 2015), yaitu:

- 1) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Peraturan Pelaksananya.
- 2) Keputusan Menteri Perhubungan KM 76 Tahun 2003 tentang Rencana Induk (Master Plan) Frekuensi Radio Penyelenggaraan Telekomunikasi khusus untuk keperluan televisi siaran analog pada pita-pita ultra high frequency (UHF).
- 3) Peraturan pemerintah Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.

- 4) Peraturan KPID Nomor 2 Tahun 2005 tentang Pedoman Pendirian dan Perizinan Lembaga Penyiaran Publik Lokal.
- 5) Peraturan Daerah Kabupaten Sinjai Nomor 18 Tahun 2010 tentang organisasi dan tata kerja Dinas Komunikasi, informatika, Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Sinjai.
- 6) Peraturan Bupati Sinjai Nomor 3 Tahun 2012 Tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran publik Lokal Sinjai TV Kabupaten Sinjai.
- 7) Peraturan Daerah Kabupaten Sinjai Nomor 13 Tahun 2013 tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Sinjai TV.
- 8) Keputusan Bupati Sinjai Nomor 96 tahun 2012 tentang Pembentukan Dewan Pengawas dan Direksi Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai
- 9) Keputusan Bupati Sinjai Nomor 97 Tahun 2012 tentang Pembentukan Tim Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai.

10) Keputusan Bupati Sinjai Nomor 98 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai .

c. Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal

Komunikasi pemasaran dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyampaikan informasi, membujuk serta mempengaruhi para khlayak luas untuk menggunakan, membeli serta mengkomsumsi produk yang sedang ditawarkan (N Ikadiyana, 2016).

Komunikasi pemasaran merupakan sebuah proses sosial yang terjadi antara paling sedikit dua orang dimana seseorang mengirimkan sejumlah simbol tertentu kepada orang lain, (Soemanegara, 2006). Adapun menurut Kennedy Dan Soemanagara, ada lima model komunikasi pemasaran, yaitu:

1) Iklan (*Advertising*)

Iklan adalah komunikasi massa melalui media surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media lain atau komunikasi

langsung yang didesain khusus untuk pelanggan antar bisnis (*bussines to bussines*) maupun pemakai akhir.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merancang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat.

3) Hubungan masyarakat (*public relation*)

Hubungan masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antar organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

4) Penjualan perorangan (*personal selling*)

Penjualan perorangan yaitu suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya (*person to person communication*). Dalam hal ini penjual berupaya untuk membujuk calon

pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

5) Penjualan langsung (*direct selling*)

Penjualan langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan (N Ikadiyana, 2016).

Selain itu setiap organisasi sekurang-kurangnya menghasilkan satu “produk” dari suatu jenis produk. Produk yang dimaksudkan bukan hanya berupa barang, akan tetapi juga mencakup jasa, orang, organisasi, dan gagasan (N Ikadiyana, 2016). Oleh karena itu, ”produk” produk yang dijual mempunyai banyak bentuk dalam upaya mengembangkan konsep komunikasi pemasaran. Adapun bagian-bagiannya yaitu:

- 1) Acara atau program
- 2) *Air time*
- 3) Format radio/televisi
- 4) *Off air*

- 5) *Audiens* atau pemirsa
- 6) *News latter*
- 7) SMS (*short massage system*) (N Ikadiyana, 2016)

Adapun strategi komunikasi pemasaran terpadu terdiri atas:

- 1) Menganalisis situasi

SWOT (*strength* (kekuatan perusahaan), *weaknes* (kelemahan perusahaan), *opportunity* (peluang bisnis), *Threat* (hambatan untuk mencapai tujuan) (N Ikadiyana, 2016).

- 2) Mengidentifikasi khalayak sasaran

Strategi komunikasi pemasaran dalam merebut pasar *audiens* selanjutnya yang terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan (Kottler, 1980) dan terdiri atas 3 tahap, yaitu *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Segementasi *audiens* pada dasarnya adalah suatu strtaegi unntuk memahami struktur *audiens*. Sedangkan target *audiens* adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan

menjangkau *audiens* sasaran. Setelah sasaran terpilih, maka langkah selanjutnya adalah melakukan *positioning* yaitu suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen (Morissan, 2015).

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dengan membaca dan mengamati berbagai karya tulis/skripsi melalui pengamatan skripsi langsung. Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, maka dibawah ini terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang relevan dengan judul penulis, penelitian diantaranya:

1. Jurnal yang ditulis oleh N Ikadiyan, dkk, dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran MGSTV Dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan MGSTV sebagai televisi lokal dalam meningkatkan segmentasi pemirsa. Jenis penelitian yang digunakan adalah derkskriptif kualitatif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran

Yang Digunakan Untuk Meningkatkan Eksistensi dan Menarik Peminat. Namun yang membedakan dengan penelitian penulis adalah, penelitian penulis lebih fokus kepada Strategi Yang digunakan Dalam Mengembangkan Sinjai Tv (N Ikadiyana, 2016).

2. Jurnal yang ditulis oleh Adhi Naufal Ilmi, dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Jawapostv (Studi Dekskptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Jawapostv Sebagai Televisi Baru Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton 2017). Jenis penelitian yang digunakan adalah dekskriptif kualitatif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Digunakan Untuk Meningkatkan Eksistensi dan Menarik Peminat. Adapun yang membedakan dengan penelitian penulis adalah penelitian penulis lebih fokus kepada Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv (Ilmi, 2017).
3. Skripsi yang ditulis oleh Maya Ayu Safira dan Dadi Ahmad, dengan judul penelitian *Positioning* PJTV Sebagai Stasiun Televisi Lokal di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji *positioning*

yang dilakukan oleh PJTV, sehingga dapat membentuk pemirsa televisi lokal yang loyal terhadap PJTV. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai Televisi Lokal yang dijadikan sebagai objek penelitian. Adapun yang membedakan dengan penelitian penulis adalah penelitian penulis lebih fokus kepada Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv (Ahmad, 2016).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Naturalistik, Dimana metode naturalistik merupakan metode yang digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah, peneliti tidak membutuhkan perlakuan dan dalam pengumpulan data bersifat emic, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data dan bukan pada pandangan peneliti (Sugiyono, 2015).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini termasuk dalam pendekatan penelitian kualitatif. pendekatan penelitian dilakukan pada objek yang alamiah. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis

dan bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2015).

Pada prinsipnya penelitian ini memberikan, menerangkan, mendeskripsikan secara kritis, atau menggambarkan suatu fenomena, suatu kejadian, atau suatu peristiwa interaksi sosial dalam masyarakat untuk mencari dan menemukan makna (*meaning*) dalam konteks yang sesungguhnya (*natural setting*) (Yusuf, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan, 2017).

B. Definisi Operasional

Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan dalam proposal penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv”. Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan serta salah pengertian, maka penulis kemukakan pengertian strategi komunikasi, mendeskripsikan Sinjai TV sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal.

Berdasarkan pada definisi operasional diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi menjadi poin utama yang perlu diperhatikan

dalam proses mengembangkan serta menyebarluaskan jangkauan siaran Sinjai TV.

C. Tempat dan waktu Pelaksanaan

Lokasi/tempat penelitian adalah di Kantor Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian, khususnya di ruang kerja Sinjai Tv. Sedangkan waktu penelitian yang dibutuhkan yakni 2 (dua) bulan terhitung dari Mei hingga Juni 2022.

Adapun alasan mengapa peneliti memilih Sinjai TV sebagai tempat penelitian dikarenakan lokasinya yang strategis dan berada di tengah-tengah kota serta mudah untuk dijangkau.

D. Subjek dan Objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti, yang menjadi subjek penelitian yakni Crew sinjai Tv 13 orang, dan Kepala UPTD, KTU dan Admin.

2. Objek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti, maka yang menjadi objek penelitian, adalah Strategi Komunikasi Pengurus Inti dan Anggota Sinjai Tv Dalam Mengembangkan Sinjai Tv.

E. Teknik dan Pengumpulan Data

Pada pelaksanaannya, penelitian akan terlibat langsung dalam mengumpulkan data, mengelola data, serta menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Teknik wawancara (*interview*).

Teknik wawancara (*interview*) merupakan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa teknik wawancara merupakan suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Metode wawancara yang di gunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Yang dilakukan Dalam Mengembangkan Sinjai Tv (Yusuf, 2017). Macam-macam wawancara dalam penelitian ini yaitu:

- a) Wawancara terencana/terstruktur, yaitu adalah suatu bentuk wawancara dimana pewawancara dalam hal ini peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau pedoman pertanyaan

menurut pola tertentu dengan menggunakan format yang baku.

- b) Wawancara terencana/tidak terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan ketika pewawancara telah menyusun *schedule* pertanyaan akan tetapi tidak menggunakan format yang baku.
- c) Wawancara bebas, yaitu berlangsung secara alami, tidak diikat atau diatur oleh suatu pedoman atau oleh suatu format yang baku (Yusuf, 2017).

Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai bagaimana cara agar Lembaga Penyiaran Publik Lokal Sinjai TV dapat meningkatkan atau memperluas jangkauan siarannya sampai ke daerah-daerah atau desa-desa terpencil yang tidak sekedar hanya dapat dinikmati oleh masyarakat perkotaan.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen ini dapat berupa bentuk teks tertulis, *artefact*, gambar maupun foto. Teknik penelitian ini juga sangat bermanfaat dalam penelitian kualitatif

(Yusuf, 2017). Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai bagaimana cara agar Lembaga Penyiaran Publik Lokal Sinjai TV dapat meningkatkan atau memperluas jangkauan siarannya sampai ke daerah-daerah atau desa-desa terpencil yang tidak sekedar hanya dapat dinikmati oleh masyarakat perkotaan.

F. Instrumen Penelitian

Menjelaskan mengenai instrumen penelitian, dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen penelitian harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang terjun kelapangan. Dalam penelitian kualitatif ini terkadang hal yang sudah direncanakan sejak awal kemungkinan dapat berubah setelah terjun kelapangan, karena ada yang lebih penting dan mendesak dari yang sudah ditetapkan atau juga membatasi hanya pada sebagian kecil saja dari yang dirumuskan sebelumnya. Dan untuk itu peneliti perlu melakukan pemeriksaan keabsahan uji kredibilitas (*credibility*) (Yusuf, 2017). Akan tetapi dalam penelitian

ini juga menggunakan instrumen penelitian lain, berupa:

1. pedoman wawancara, yakni berisi daftar pertanyaan mengenai Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv.
2. Alat dokumentasi, yakni alat bantu yang bisa mengumpulkan bukti-bukti dokumentasi seperti kamera, alat perekam, buku catatan dan pulpen.

G. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validasi dan realibilitas. Validasi merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data” yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Jadi uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility* (validasi internal), *transferability* (validasi internal), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (obyektivitas) (Sugiyono, 2015)

Uji kredibilitas data hasil penelitian dilakukan antara lain:

1. Perpanjangan Pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Lama perpanjangan pengamatan ini, akan sangat tergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data. Kedalaman artinya apakah peneliti ingin menggali data sampai pada tingkat makna atau data dibalik yang tampak. Keluasan berarti banyak sedikit informasi yang diperoleh. Dan data yang pasti adalah data yang valid yang sesuai dengan apa yang terjadi (Sugiyono, 2015).

2. Meningkatkan ketekunan

Berarti melakukan pengamatan secara lebih terperinci, cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Juga dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat memberikan dekskriptif fakta yang sistematis tentang apa yang diamati (Sugiyono, 2015).

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi juga dapat dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu (Sugiyono, 2015).

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan yang digunakan dalam penelitian (Noor, 2017). Dalam penelitian kualitatif analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian (*ongoing*). Peneliti tidak boleh menunggu data lengkap terkumpul dan kemudian menganalisisnya. Dengan kata lain, dapat dikatakan, bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi dan catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan sehingga memungkinkan temuan peneliti dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain (Yusuf, 2017).

Teknik analisis data dapat dilakukan dengan tiga langkah , yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan kegiatan yang tidak terpisahkan dari analisis data dari hasil penelitian. Reduksi data berarti suatu bentuk analisis data yang mempertajam, memilih dan memfokuskan data untuk memperoleh suatu hasil atau kesimpulan mengenai obyek penelitian tentang Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Sinjai Tv (Yusuf, 2017).

2. Data Display

Data display adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Yusuf, 2017).

3. Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh

bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2015).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Lembaga Penyiaran Sinjai TV

Lembaga Penyiaran sinjai TV berdiri pada tahun 2012, tepatnya tanggal 18 februari dengan latar belakang berdirinya karena adanya atewman-teman ingin Sinjai ini maju di segi media, yaitu media televisi. Karena beberapa yang memelopori berdirinya Lembaga Penyiaran Sinjai Tv ini pernah bergelut di beberapa media di luarKabupaten Sinjai dan ingin bergabung sehingga dari Dinas Komunikasi, Informatika, Kebudayaan dan kepariwisataan pada saat itu menghimpun mereka, diantaranya Zainal Abidin Ridwan, A. Mulawarman Z, S.Ipem, A. Junaidi, dan Aswar Rachman. Dengan penuh kekuatan dan modal kerja hanya berkisar 50 juta. Dan bertepatan dengan pembukaan pameran pembangunan tahun 2012 dalam ranbgka hari jadi Sinjai, Pada saat itu pulah lah dilakukan launching Lembaga Penyiaran Sinjai TV tepatnya tanggal 18 februari 2012 (Munawwir, 2018).

Seiring dengan berjalannya waktu, dan pimpinan dari Kepala Komunikasi, Informatika, Kepariwisata dan Kebudayaan terus menggulirkan ini dengan awalnya meminjam satu ruangan di Hotel Sinjai untuk dijadikan studio. Dan seiring dengan anggaran perubahan,, Lembaga Penyiaran Sinjai TV mencoba menganggarkan suatu tower sehingga tidak lagi bergantung pada TV kabel. Karena awalnya Lembaga Penyiaran Sinjai TV hanya membentangi kabel dari studio ke salah satu TV kabel (Fuji TV). Dan semua itu berjalan atas restu KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) Sulawesi Selatan. Dimana keberadaan KPID ini sebagai regulator dalam hal penyiaran merespon dengan baik sehingga Lembaga Penyiaran Publik Sinjai TV melakukan EDP (Evaluasi Dengar Pendapat) dengan masyarakat termasuk unsur dari perguruan tinggi diundang, termasuk juga wakil ketua DPRD. Dan pada saat itu semua orang yang hadir merespon dengan baik akan hadirnya sebuah Lembaga Penyiaran Di Sinjai, dan atas dasar inilah maka Sinjai TV mulai berjalan dan mempunyai surat perizinan (Munawwir, 2018).

2. Landasan Operasional Didirikannya Lembaga Penyiaran Sinjai TV

Landasan operasional didirikannya Lembaga Penyiaran Sinjai TV (Munawwir, 2018), antara lain:

- a. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Peraturan Pelaksananya.
- b. Keputusan Menteri Perhubungan KM 76 Tahun 2003 tentang Rencana Induk (Master Plan) Frekuensi Radio Penyelenggaraan Telekomunikasi khusus untuk keperluan televisi siaran analog pada pita-pita ultra high frequency (UHF).
- c. Peraturan pemerintah Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.
- d. Peraturan KPID Nomor 2 Tahun 2005 tentang Pedoman Pendirian dan Perizinan Lembaga Penyiaran Publik Lokal.
- e. Peraturan Daerah Kabupaten Sinjai Nomor 18 Tahun 2010 tentang organisasi dan tata kerja Dinas Komunikasi, informatika, Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Sinjai.

- f. Peraturan Bupati Sinjai Nomor 3 Tahun 2012 Tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran publik Lokal Sinjai TV Kabupaten Sinjai.
 - g. Peraturan Daerah Kabupaten Sinjai Nomor 13 Tahun 2013 tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Sinjai TV.
 - h. Keputusan Bupati Sinjai Nomor 96 tahun 2012 tentang Pembentukan Dewan Pengawas dan Direksi Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai
 - i. Keputusan Bupati Sinjai Nomor 97 Tahun 2012 tentang Pembentukan Tim Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai.
 - j. Keputusan Bupati Sinjai Nomor 98 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai.
3. Visi dan Misi

Sebagai televisi lokal, sinjai TV dengan jargon programnya, Lokal dan Bergaya Khas Sinjai, Sinjai TV berkomitmen untuk mengembangkan potensi daerah dan akan memberikan yang terbaik bagi daerah secara luas dengan kepedulian memberikan informasi dalam bentuk audio visual

kepada masyarakat Kabupaten Sinjai dengan program-program yang mengedepankan potensi lokal (Arfika, 2015).

Adapun Visi Lembaga Penyiaran Sinjai TV adalah menjadi etalase kearifan lokal budaya daerah Kabupatyen Sinjai, dan menjadikan stasiun televisi yang dapat mengaplikasikan teknologi demi mendorong lahirnya masyarakat peduli penyiaran sehat (Arfika, 2015).

Sedangkan Misi Lembaga Penyiaran Sinjai TV (Arfika, 2015), adalah:

1. Mendorong peningkatan sektor pendidikan, perekonomian serta pariwisata Kabupaten sinjai dan sekitarnya.
2. Mententuh potensi menonjol yang dimiliki kabupaten Sinjai, baik budaya, kuliner bahkan industrinya.
3. *Content programme* Sinjai TV menempatkan *local content*(muatan lokal) sebesar 70% dan *universal content* sebesar 30%, besaran persentase tersebut menunjukkan perhatian Sinjuai TV terhadap potensi daerah setempat untuk diangkat melalui media televisi, sehingga

Sinjai Tv tidak berfungsi sebagai hiburan belaka, melainkan sarana menciptakan penyiaran yang sehat.

4. Tujuan Lembaga Penyiaran Sinjai TV

Dilandasi oleh begitu pentingnya mengangkat potensi daerah Kabupaten Sinjai yang berpenduduk 236.234 jiwa (sensus tahun 2009) dari berbagai sektor seperti Agribisnis, Pariwisata, Kehutanan, Pertanian, Perikanan, Perkebunan, Peternakan, produk unggulan serta seni dan budaya, dengan Tiga Pilar Program yaitu Agama, Pendidikan, dan Kesehatan dibawah kepemimpinan Bupati A. Rudyanto Asapa yang lalu. Program-program ini akan terlaksana jika didukung oleh sebuah media. Dan media yang bisa memudahkan audiensya (Asdar, 2014)

Sinjai TV hadir menggambarkan dan mensosialisasikan keseluruhan lapisan masyarakat terutama masyarakat Kabupaten Sinjai bisa secara langsung mengetahui dan menyaksikan melalui layar kaca perkembangan pembangunan di daerah dijalankan dan program-program yang dilaksanakan oleh pemerintah baik yang sudah terlaksana

maupun masih dalam tahap proses perencanaan, sehingga khalayak luas bisa menyampaikan atau memberikan aspirasi dan in teraksi antara pihak pemerintah dan msyarakatnya. Hal ini dihrapkan kedepan menjadi kiblat dan barometer bagi daerah lain dan pemerintyah pusat bisa mengetahui keunggulan daerah Kabupaten Sinjai dengan melalui Sinjai TV menyajikannya denganb yang sebenarnya dan menerapkan asas *proximitas* (kedekatan geografis dan psikologis) (Asdar, 2014)

5. Makna Filosofi Logo Sinjai TV

Tulisan sinjai warna biru artinya warna biru dikenal sebagai warna yang memiliki sifat atau kesan ilusi tenang. Jadi pengertian yang dikandung adalah ketenangan berfikirilah merupakan lanmdasan didalam pengabdian kepada Ilmu Pengetahuan (Arfika, 2015).

Huruf ‘J’ multi *color*, merupakan penegasan bahwa masyarakat Sinjai yang multi dimensi tetap mengedepankan persatuan (Arfika, 2015).

Logo kepala kuda dengan sembilan jambul, melambangkan jumlah kecamatan di Sinjai

sebanyak sembilan kecamatan. Desain logo Sinjai TV mencerminkan suatu siklus atau dinamika suatu kegiatan (Arfika, 2015).



gambar 4.1 Logo Sinjai TV

6. Tugas Pokok Pelaksanaan Lembaga Penyiaran Sinjai TV

Adapun tugas pokok pelaksanaan lembaga penyiaran Sinjai TV (Munawwir, 2018), adalah:

- a. Menjaga agar perencanaan kerja dan suasana kerja yang ingin dicapai dalam program dapat terlaksana
- b. Mampu menjabarkan program kerja tahunan dalam tahapan waktu untuk dilaksanakan sebaik-baiknya
- c. Dapat menjaga kewibawaan dan memahami bahwa tindakan sanksi hanya dikenakan kepada yang melanggar ketentuan tata tertib dan

merupakan tindakan preventif untuk menegakkan wibawa Dinas Komunikasi, Informatika, Kebudayaan dan Kepariwisata.

7. Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana yang ada di Lembaga Penyiaran Sinjai Tv antara lain (Munawwir, 2018):

- a. Komputer 4 buah (komputer edit, komputer naskah, komputer desain dan komputer master kontrol)
- b. Kamera 4 buah
- c. Studio penyiaran
- d. Telepronter
- e. Lampu sorot
- f. HT
- g. Pemancar

8. Struktur Organisasi Sinjai Tv

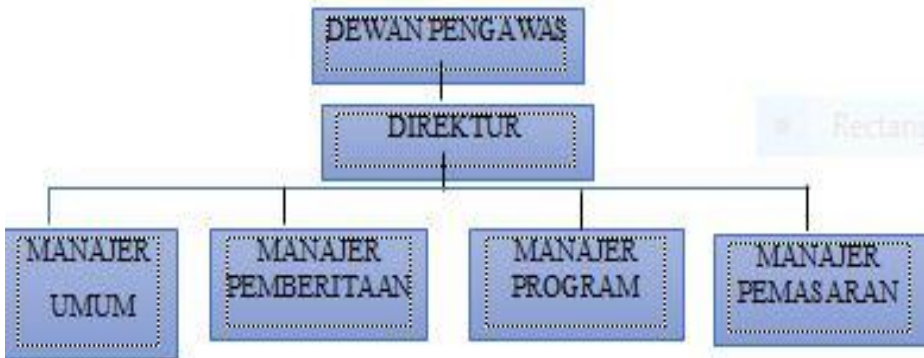
Lembaga Penyiaran Sinjai TV merupakan suatu organisasi yang mempunyai struktur organisasi yang bertujuan untuk memberikan kejelasan tugas dan wewenang para pegawai menjalankan peranannya yang baik (Munawwir,

2018). Ibnu syamsi dalam bukunya *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*, mengatakan:

struktur organisai adalah kerangka yang terdiri dari satuan-satuan organisasi beserta segenap pejabat dan tugas, wewenang serta hubungannya satu sama lain yang masing-masing mempunyai peranan dalam lingkungan kesatuan yang utuh (Arfika, 2015).

Oleh karena itu, struktur organisasi harus disusun secara efektif dan efisien agar hubungan antara satu sama lain dapat terjalin dengan baik. Berdasarkan peraturan Bupati Sinjai Nomor 3 Tahun 2012 tentang Pembentukan lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Sinjai TV Kabupaten Sinjai dan Peraturan Daerah Kabupaten Sinjai Nomor 13 Tahun 2013 tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Sinjai TV. Dan berdasarkan Keputusan Bupati Sinjai Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pembentukan Dewan Pengawas dan Direksi Lembaga Penyiaran Televisi Publik Lokal Kabupaten Sinjai (Munawwir, 2018). Struktur organisasinya sebagai berikut:

STRUKTUR ORGANISASI
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL KABUPATEN
SINJAISINJAI TELEVISI



Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi

Sinjai TV membagi sistem kerjanya dalam beberapa tingkatan, seperti berikut:

a. Direktur TV

- 1) Memimpin Televisi, yang uraian tugasnya mengacu pada surat keputusan Bupati dan Peraturan Daerah.
- 2) Menentukan kebijakan operasional, mengkoordinasikan dan mengamankan semua keputusan-keputusan yang dibuat dan kebijakan yang telah digariskan oleh peraturan yang berlaku.

- 3) Mewakili kepentingan-kepentingan internal dan eksternal sesuai peraturan dan kebijakan pemerintah yang telah ditetapkan.
- 4) Mempertanggungjawabkan segala pelaksanaan operasional televisi kepada Bupati.
- 5) Dalam menjalankan tugasnya, direktur dibantu oleh para manajer
- 6) Apabila dikemudian hari Direktur berhalangan/tugas luar, maka dapat ditunjuk seorang manajer untuk menjalankan tugas rutin (Munawwir, 2018).

b. Manager Umum

- 1) Mengatur dan mengawasi administrasi internal maupun eksternal agar operasional station berjalan lancar
- 2) Membuat perencanaan administrasi bekerjasama dengan unit lain
- 3) Dapat membuat keputusan-keputusan yang bersifat teknis pelaksanaan atas tugas-tugas pokok tersebut.
- 4) Memelihara suasana kerja yang mendukung ketertiban dan disiplin dalam lingkup suatu organisasi radio.

- 5) Membuat laporan pertanggung jawaban dibidang administrasi dan pesonalia kepada Direktur Televisi (Munawwir, 2018).

c. Manager Pemberitaan

- 1) Memimpin rapat redaksi dan menyusun secara sistematis teknis dan pola pemberitaan
- 2) Menciptakan inovasi dalam perencanaan program pemberitaan sesuai dengan kebutuhan manusia.
- 3) Mempersiapkan berita yang layak dan siap ditayangkan setiap harinya.
- 4) Membantu mengatur tugas-tugas presenter, reporter, kameramen dan kontributor (Munawwir, 2018).

d. Manager Produksi Siaran

- 1) Bekerjasama dengan manajer pemberitaan dalam menyunting naskah dan vidio yang akan ditayangkan
- 2) Menciptakan inovasi dalam perencanaan program produksi siaran sesuai kebutuhan pemirsa.
- 3) Menyiapkan audio dan video yang akan ditayangkan (Munawwir, 2018).

e. Manager Promosi dan Pemasaran

- 1) Membantu pekerjaan direktur televisi dalam upaya mempromosikan dan memasarkan program-program televisi kepada khalayak.
- 2) Bekerjasama dengan unit lain, merancang program siaran terkait promosi program televisi
- 3) Menjalani mitra dengan semua pihak termasuk media lain
- 4) Bertanggung jawab kepada direktur televisi terkait laporan pelaksanaan kegiatan televisi dibidang promosi (Munawwir, 2018).

B. Strategi Komunikasi Sinjai Tv Dalam Mengembangkan Eksistensi

Untuk mempertahankan eksistensi khususnya Sinjai Tv sebagai televisi lokal, tentunya membutuhkan strategi-strategi yang matang serta tersusun dengan baik terutama dari pihak manajemennya. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan diri pada strategi komunikasi dalam mengembangkan Sinjai Tv. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Dimmick dan Rothenbuhler bahwa dalam Ekologi Media terdapat tiga unsur pokok yang menjadi sumber penunjang hidup utama media, yaitu:

types of content jenis isi media), *types of audiens* (khalayak), dan *capital* (modal) (Taufli, 2014).

1. Melaksanakan Strategi Program Tv

Salah satu sumber kehidupan suatu media adalah konten/isi atau pun program. Menurut Dimmick dan Rothenbuhler dalam teori ekologi media, konten berkaitan dengan jenis isi media yang bersangkutan dengan variasi program, jenis program, dan banyaknya program yang dapat dilihat dari program acara yang ada. Sehingga untuk mengembangkan eksistensinya media televisi harus memiliki program-program acara yang dapat disiarkan serta menarik minat para pemirsanya.

Sinjai tv sebagai sebuah media penyiaran lokal menjadikan program sebagai sarana/produk utamanya. Oleh karena itu sebuah strategi program tv sangat dibutuhkan oleh sebuah media untuk merencanakan bagaimana agar program yang ditayangkan dapat menarik minat para khalayak. Strategi program tv menurut Morissan terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program.

a. Melakukan perencanaan program

Perencanaan program berkaitan dengan tujuan jangka panjang serta jangka menengah yang akan dicapai. Perencanaan jangka panjang yakni perencanaan yang dilakukan melalui rapat berskala tahunan, sedangkan perencanaan jangka pendek dilakukan melalui rapat bulanan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kepala UPTD Sinjai Tv,

Perencanaan program yang ada di Sinjai Tv ada yang berskala tahunan dan juga bulanan, skala jangka panjang diadakan pada setiap akhir tahun dan skala menengah diadakan setiap 6 bulan (Mardiyah, Wawancara 2022).

Segala sesuatu yang berhubungan dengan program akan dibicarakan dalam perencanaan program. Sebagaimana yang diungkapka Morissan bahwa dalam perencanaan program ada beberapa hal yang dibahas, seperti 1. Produk program, 2. harga program, 3. Distribusi program, 4. Promosi program. Sebagaimana yang disampaikan oleh Niar,

Dalam perencanaan program kita sinkronkan program-program yang ada dengan hari-hari penting yang ada seperti hari jadi Sinjai Serta bekerjasama dengan kantor-kantor dinas yang juga berada di bawah naungan pemerintah Kabupaten Sinjai (Niar, wawancara, 2022).

Beberapa aspek bauran program yang dibahas dalam perencanaan program Sinjai Tv diantaranya sebagai berikut:

- 1) Program (*product*), program yang akan diproduksi, mulai dari konsep program, nama program serta pengemasan program yang mencakup presenter program beserta konsep penaqmpilannya, latar belakanag atau lokasi *taping* program, *bumper* program.
- 2) Harga program (*price*), merencanakan biaya produksi program serta harga yangf akan dikenakan kepada pemasang iklan yang akan mempromosikan produknya atau jasanya pada program tersebut.
- 3) Distribusi program (*place*) dalam pendistribusian program juga direncanakan

apakah program tersebut hanya akan ditayangkan atau juga disalurkan ke media lain seperti radio.

- 4) Promosi program (*promotion*) berkaitan dengan bagaimana promosi program yang akan dilakukan agar masyarakat tertarik untuk menonton program tersebut, promosi yang direncanakan bisa bersifat *on-air* atau *off-air*.

Dan dengan adanya perencanaan ini, maka *output* program nantinya tidak akan melenceng dan diharapkan sesuai dengan konsep.

b. Strategi dalam produksi program

Setelah tahap perencanaan program, langkah selanjutnya yaitu melaksanakan rencana program yang telah dibuat, atau dengan kata lain memproduksi program. Dalam produksi siaran pihak divisi program, manajer program, dan produksi memiliki kedudukan yang strategis dalam menunjang keberhasilan sebuah stasiun televisi.

Dilihat dari siapa yang memproduksi program, maka terdapat dua tipe program, yaitu program yang dibuat sendiri (*in house production*) dan program yang diproduksi pihak lain (*outsourcing*) (Morissan, 2009).

Berhubung karena sinjai tv menempatkan diri sebagai tv *production* atau stasiun televisi yang memproduksi program sendiri. Hampir 100% program yang ditayangkannya merupakan hasil produksi sendiri. Dan untuk memenuhi kebutuhan program tayangan yang harus disajikan kepada khalayak secara kontinue, Sinjai tv harus memproduksi sendiri program-programnya.

Dalam produksi program, ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Sinjai tv, diantaranya:

- 1) Menayangkan program konten lokal dan juga potensi-potensi yang dimiliki daerah

Permasalahan program merupakan salah satu kendala yang dihadapi sebagian besar televisi lokal. Televisi lokal di daerah

ini hingga saat ini harus berhadapan dengan siaran televisi Jakarta, yang telah terlebih dahulu merebut perhatian pemirsa (Taufli, 2014). Menghadapi hal ini Sinjai Tv berusaha menayangkan program ataupun konten-konten yang tidak tersentuh oleh Tv Jakarta, seperti konten yang mengangkat kearifan lokal serta segala bentuk informasi mengenai Kabupaten Sinjai yang dapat menjadi peluang untuk Sinjai Tv membentuk pasar dan segmennya sendiri.

Dengan segmen pemirsa dan karakteristik yang berbeda, maka tv lokal akan mampu membuka celah diantara televisi-televisi Jakarta yang telah nasional. Seperti yang dikatakan Manajer Produksi,

Mengingat bahwa program-program yang disiarkan televisi nasional khususnya Jakarta beragam, dan jarang mengangkat tayangan lokal, maka ini menjadi keuntungan tersendiri yang dimiliki Sinjai Tv,

kita menayangkan program yang sifatnya lokal dan hal tersebut bisa membuat kita bertahan sampai saat ini karena kita memiliki keunikan sendiri mata pemirsa (Rahmatullah, Wawancara 2022).

Konteks lokalitas inilah yang menjadi peluang sekaligus keuntungan bagi Sinjai Tv untuk mengembangkan eksistensinya. Disebabkan karena kebutuhan dan keinginan tahun masyarakat akan informasi-inforasi daerah serta program-pogram kearifan budaya lokal Sinjai. Ragam program konten lokal yang diproduksi Sinjai Tv antara lain, program yang bersifat informasi (berita dan lain-lain, hiburan (acara musik), kesehatan (program kesehatan), pendidikan, dan juga niaga.

Dan terkhusus untuk tahun ini dengan adanya konvergensi ataupun peralihan dari analog ke digital, maka akan diadakan perombakan terhadap

program-program yang sudah ada sebelumnya dan juga akan diadakan penambahan jam tayang dari awalnya 6 jam kini ke 7 jam. Dan jika dibandingkan dengan salah satu tv nasional, yaitu TVRI siaran/program Sinjai Tv jauh lebih banyak. Seperi yang dikatakan Direktur News, “Kita siarannya tidak sampai full karena ada aturan dari KPID dan tentunya aturan itu harus kita penuhi” (Hairunnisa, Wawancara, 2022).

Selain itu, Sinjai Tv menjadi satu-satunya Tv lokal yang ada di Sinjai terus berupaya dalam menjaga konsistensinya dalam menyiarkan program lokal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Adapun program tayangan Sinjai Tv digambarkan melalui tabel berikut:

1. Persentase siaran lokal dan asing	a. Lokal	70%
	b. Nasional	26%
	c. Asing	5%

	JUMLAH	100%
2. Waktu Siaran	a. Pada hari kerja	Pukul 15.00 s/d pukul 21.00

Tabel 4.1. data program siaran Sinjai Tv

2) Bekerjasama dengan pemerintah dalam memproduksi program

Sinjai Tv bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk memproduksi program informasi daerah dan pemerintah daerah, misalnya program *talkshow*. Melalui program seperti ini pemerintah daerah baik tingkat kecamatan, maupun kota bisa menyampaikan gagasan, atau informasi pembangunan daerah, laporan progres program pemerintah. Acara semacam ini selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi juga menjadi sarana penghubung antara masyarakat

dengan pemerintah. Sebagaimana yang dikatakan (Morissan, 2009) dalam bukunya, Manajemen Media Penyiaran bahwa media penyiaran daerah menjadi sebuah jembatan komunikasi antara masyarakat dan pemerintah serta menjadi lembaga sosial kontrol yang efektif.

Selain dalam bentuk program *talkshow* dan dialog, dalam peliputan berita mengenai aktivitas-aktivitas pemerintahan daerah, Sinjai Tv juga bekerjasama dengan humas pemerintahan daerah untuk memperoleh informasi.

3) Mengemas program potensi daerah dengan lebih variatif

Program-program yang berbau budaya biasanya dianggap kuno dan cenderung dianggap membosankan bagi masyarakat saat ini. Oleh karena itu Sinjai Tv berusaha mengemas agar program yang mengangkat potensi budaya daerah dengan lebih variatif. Salah satu strategi yang

dilakukan adalah dengan mengkolaborasikan program budaya tersebut dengan program informasi sekaligus. Sebagaimana yang disampaikan Saharuddin,

Kadang pada event-event tertentu ada budaya dari masyarakat yang diangkat dan ditayangkan contohnya Ma'rimpa salo, dimana budaya ini sudah menjadi tradisi Masyarakat secara turun temurun (Saharuddin, Wawancara, 2022).

Berdasarkan wawancara diatas, Sinjai Tv memanfaatkan kejenuhan masyarakat terhadap program hiburan yang ditayangkan tv nasional dengan menghadirkan program hiburan yang memiliki kedekatan secara budaya dengan masyarakat. Sehingga masyarakat merasa menjadi bagian dari Sinjai Tv.

- c. Penempatan jadwal program siaran yang sesuai dengan kebiasaan penonton

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan strategi penayangan yang

baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata dan menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Dalam penataan jadwal program, penempatan acara dilakukan dengan sebaik-baiknya agar program mendapatkan hasil yang optimal dan tidak sia-sia. Dalam hal ini bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai khalayak yang diinginkan (Morissan, 2009).

Dalam penayangan program, pemilihan waktu tayang yang tepat tidak kalah penting dengan konten dari acara tersebut. Seperti yang dikatakan Rahmatullah dalam wawancara,

Dalam penentuan jadwal penayangan program kita lebih melihat pada kebiasaan masyarakat dalam menonton Tv. Misalnya pada pagi hari dan siang hari kami menayangkan program berita (Rahmatullah, Wawancara, 2022).

Strategi penempatan program yang tepat dilakukan guna mengoptimalkan jumlah pemirsa yang menonton acara tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh (Morissan, 2009) bahwa

pengelolaan program siaran stasiun televisi harus mengarahkan programnya pada segmen audio tertentu yang tersedia pada waktu tertentu. Menentukan jadwal penayangan ditentukan atas dasar perilaku audiens, yaitu rotasi kegiatan audiens dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi pada jam tertentu. Salah satu bentuk strategi yang diterapkan oleh Sinjai Tv yaitu dengan mengatur pembagian waktu siaran program berdasarkan segmen khlayak yang ada pada waktu tertentu.

- d. Melakukan evaluasi dan pengawasan pada program

Pengawasan dan evaluasi pada program merupakan tahapan untuk melihat apakah program yang ditayangkan sudah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. Proses pengawasan dan evaluasi ini untuk menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran (Morissan, 2009). Pada tahap ini juga akan dievaluasi apa

saja yang menjadi kelebihan dan kekurangan selama pelaksanaan program.

Pengawasan dan evaluasi dilakukan guna melihat kinerja dan hasil kerja yang dapat diukur seperti melihat berapa jumlah khlayak yang menonton program yang bersangkutan, serta tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran . Mardiyah mengatakan,

Evaluasi yang dilakukan baik itu evaluasi teknis, konsep maupun evaluasi secara umum. Evaluasi teknis adalah kualitas dari segi tampilan, ide, atau tema serta dari segi isu yang diangkat. Dan dari segi kualitas dan ketepatan *rundown* yang ada, termasuk sistem kita bekerja dari segi kecepatan dan ketepatannya (Mardiyah, 2022).

Evaluasi program memang harus ada dan sangat penting untuk dilakukan selain itu untuk menjaga kualitas program yang ada, serta anggaran tahun berikutnya.

2. Melakukan segmentasi dalam merebut pasar khlayak

Sumber kehidupan suatu media menurut ekologi media yaitu *types of audience*, yang menunjukkan jenis khlayak sasaran (Kriyantono,

2007). Agar mampu mengembangkan eksistensinya sebagai media televisi lokal, Sinjai Tv harus berupaya agar menjaga khalayaknya tetap tertarik untuk menyaksikan programnya.

Menurut Kloter, strategi merebut pasar khalayak adalah sama saja dengan strategi pemasaran dalam arti yang luas (Morissan, 2009). Dalam mempertahankan khalayaknya Sinjai Tv melakukan berbagai strategi pemasaran, diantaranya adalah:

a) Melakukan segmentasi pemirsa

Keberhasilan suatu media bergantung kepada mampu atau tidaknya media tersebut dalam memahami khalayaknya. Sebagai sebuah media yang berbasisi lokal, Sinjai Tv diharap mampu membuat program yang sesuai dengan budaya setempat. Menurut (morissan, 2009) segmentasi khalayak atau audiens adalah suatu strategi untuk memahami struktur khlayak. Dengan adanya segmentasi maka khalyak yang dituju akan lebih spesfik. Program yang disajikan pun bisa tepat sasaran, sehingga

masyarakat merasa adanya *proximity* atau kedekatan terhadap program yang disajikan.

Segmentasi dari segi umur penonton Sinjai Tv tidak mempunyai keterbatasan, sehingga semua kalangan umur boleh menonton program Sinjai Tv sesuai dengan *tagline* Sinjai Tv mengedepankan tayangan sehat.

b) Memilih target penonton

Media penyiaran harus memilih segmen khalayak yang ingin dimasuki, pemilihan target khalayak merupakan bagian penting dari strategi program dan implikasi langsung bagi kegiatan iklan dan promosi. Target khalayak adalah memilih satu atau beberapa segmen yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi (Morissan, 2009).

c) Membangun persepsi penonton melalui *image* dan *tagline*

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek, atau perusahaan di dalam otaknya. Sehingga khalayak memiliki penilaian/persepsi tertentu.

Persepsi penonton terhadap stasiun televisi dan program yang disiarkan memegang peranan penting dalam menentukan ketertarikan penonton tersebut terhadap sebuah stasiun televisi (Morissan, 2009).

3. Pemanfaatan teknologi internet (media baru)

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat membuka peluang bagi media-media massa untuk melakukan konvergensi media. Hal ini juga dimanfaatkan oleh Sinjai Tv untuk melakukan konvergensi dengan membuat tayangan *live streaming* Sinjai Tv melalui internet. Ada beberapa program acara yang selalu disiarkan Sinjai Tv melalui *live streaming* salah satunya adalah “Mappadendang” yang merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki oleh Sinjai Tv dimana program ini ditayangkan di Facebook dan juga Youtube Sinjai Tv. Sebagaimana yang dikatakan oleh Hairunnisa,

Program tayangan Sinjai Tv tak hanya di tayangkan di Chanel Tv akan tetapi juga bisa dinikmati di akun Youtube maupun Facebook Sinjai Tv dan program “Mappadendang” merupakan salah satu

program yang banyak disukai oleh penonton (Hairunnisa, Wawancara, 2022).

Program acara Mappadendang memiliki keunggulan tersendiri di mata masyarakat, karena ini merupakan program acara yang mengupas seputar musik serta informasi menarik lainnya yang diselingi dialog bintang tamu dan dialog interaktif dengan penonton.



Gambar.4.2. siaran langsung Mappadendang

Dengan adanya fasilitas *live streaming*, program-program yang disiarkan Sinjai Tv akan dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja bahkan diluar negeri. Permasalahan wilayah yang selama ini menjadi kendala Sinjai Tv dalam menyiarkan programnya akhirnya dapat diatasi. Tujuan utama pembuatan tyangan *live streaming* adalah untuk

merangkul para perantau ataupun para khalayak baik dalam negeri maupun luar negeri dimana diharapkan program yang ditayangkan dapat memberikan informasi baik bagi para perantau maupun khalayak lain yang ingin mengetahui seputar informasi yang ada di Kabupaten Sinjai. Sebagaimana yang dikatakan Rahmatullah,

Untuk masyarakat yang tidak dapat menikmati siaran Sinjai Tv melalui *chanel* langsung, mereka bisa menyaksikan/enikmati program-program yang ada dengan menyaksikan *live streaming* yang ada di akun facebook maupun Youtube Sinjai Tv (Rahmatullah, wawancara, 2022).

Jadi tayangan melalui *live streaming* ini tak hanya diperuntukkan bagi mereka yang berada jauh dari ibu kota tetapi juga bagi masyarakat yang ingin menyaksikan siaran sinjai tv tapi terkendala pada jangkauan siaran Sinjai Tv yang hanya dapat dinikmati disekitar Sinjai Utara.

4. Melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan program Sinjai Tv

Sumber penghidupan media yang terakhir menurut Ekologi media adalah *Capital*/modal. Yang

mencakup modal finansial, dana pemasukan iklan, sumber daya manusia, sarana teknologi dan fasilitas lainnya (Kriyantono, 2007). Faktor *capital* dapat dilihat melalui iklan yang masuk dalam media tersebut, iklan *on-air* maupun *off-air*, donatur program *on-air* maupun *off-air*. Penjualan program dan waktu siaran (iklan) merupakan sumber pendapatan utama bagi sebuah televisi.

Dalam penjualan program dan waktu siaran (iklan) bagian yang bertanggung jawab secara penuh adalah divisi pemasaran. Bagian pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam mendorong kemajuan sebuah media penyiaran. Bahkan sangat berperan dalam menentukan kelangsungan hidup sebuah media penyiaran yang berbentuk swasta. Bagi Sinjai Tv sendiri, sumber keuangannya berasal dari fasilitas pemerintah berupa dana APBD, siaran iklan, *ar-time*, dan usaha lainnya yang sah yang terkait dengan penyelenggara seiring dengan pengembangan siaran Sinjai Tv dari tahun ke tahun.

Sinjai tv sebagai televisi publik lokal kabupaten sinjai, telah membuat/mempersiapkan

proyeksi pendapatan keuangan lima tahun kedepan dan proyeksi keuangan tersebut dapat dilihat peningkatan setiap tahunnya.

Proyeksi Pendapatan Sinjai Tv tahun 2018-2022

Tahun pendap atan <i>air- time</i>	Tahun 2018-2022				
	2018	2019	2020	2021	2022
	Rp. 15.000.0 00	Rp. 25.000.0 00	Rp. 30.000.0 00	Rp. 35.500.0 00	Rp. 45.000.0 00
Pendap atan iklan	Rp. 25.000.0 00	Rp. 30.000.0 00	Rp. 40.000.0 00	Rp. 50.000.0 00	Rp. 75.000.0 00
Jumla h	Rp. 40.000.0 00	Rp. 55.000.0 00	Rp. 70.000.0 00	Rp. 85.000.0 00	Rp. 120.000. 000

Sumber: modul LPPL SINJAI TV

Tabel 4.2. Proyeksi pendapatan iklan dan pendapatan lain yang sah SINJAI TV tahun 2018-2022

Berdasarkan tabel diatas maka proyeksi pendapatan iklan Sinjai Tv tiap tahun mengalami peningkatan. Adapun proyeksi laba rugi Sinjai Tv tahun 2018-2022 adalah sebagai berikut:

Proyeksi laba rugi Sinjai Tv

ITEM	2018	2019	2020	2021	2022
Pendapat an bersih					
Pendapat an <i>air time</i>	Rp. 20.000.0 00	Rp. 25.000.0 00	Rp. 30.000.0 00	Rp. 35.500.0 00	Rp. 34.000.0 00
Pendapat an iklan	Rp. 25.000.0 00	Rp. 35.000.0 00	Rp. 40.000.0 00	Rp. 50.000.0 00	Rp. 75.000.0 00
Jumlah	Rp. 45.000.0 00	Rp. 60.000.0 00	Rp. 70.000.0 00	Rp. 85.000.0 00	Rp. 120.000. 000
Biaya- biaya					
Biaya operasio nal produksi	Rp. 12.000.0 00	Rp. 19.000.0 00	Rp. 22.000.0 00	Rp. 28.000.0 00	Rp. 15.000.0 00
Bonus	Rp. 15.000.0 00	Rp.20.0 00.000	Rp. 24.000.0 00	Rp. 30.000.0 00	Rp. 35.000.0 00

Biaya umum dan ADM	Rp. 8.000.00 0	Rp. 9.000.00 0	Rp. 10.000.0 00	Rp. 11.000.0 00	Rp. 12.000.0 00
Jumlah biaya operasional	Rp. 35.000.0 00	Rp. 48.000.0 00	Rp. 56.000.0 00	Rp. 69.000.0 00.	Rp. 87.000.0 00
Laba kotor	Rp. 10.000.0 00	Rp. 12.000.0 00	Rp. 14.000.0 00	Rp. 16.500.0 00	Rp. 33.000.0 00
Biaya non operasional Biaya sewa	Rp. 3.000.00 0	Rp. 5.000.00 0	Rp. 5.000.00 0	Rp. 6.000.00 0	Rp. 6.000.00 0
Biaya lain-lain	Rp. 4.000.00 0	Rp. 5.000.00 0	Rp. 6.000.00 0	Rp.7.00 0.000	Rp.8.00 0.000
jumlah	Rp. 7.000.00	Rp. 10.000.0	Rp. 11.000.0	Rp. 13.000.0	Rp. 14.000.0

	0	00	00	00	00
Laba bersih	Rp. 3.000.000	Rp. 2.000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 3.500.000	Rp. 19.000.000

Sumber: modul LPPL SINJAI TV

Tabel 4.3. Proyeksi laba rugi SINJAI TV tahun 2018-2022

Berdasarkan tabel diatas maka proyeksi laba-rugi Sinjai Tv dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Sehingga kita dapat melihat laba bersih dan biaya operasional serta pengeluaran sinjai Tv lainnya.

Dari hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi strategi Sinjai Tv dalam mengembangkan eksistensi tak lepas dari 3 ekologi media, yaitu konten, audiens dan kapital yang terdiri atas:

1. Strategi program Sinjai Tv
 - a. Melakukan perencanaan program
 - b. Strategi dalam produksi program
 - c. Penempatan program yang sesuai kebiasaan khalayak

- d. Melakukan pengawasan dan evaluasi program
 - e. Menayangkan program lokal yang mengangkat potensi-potensi daerah
 - 2. Melakukan segmentasi dan merebut pasar khalayak
 - a. Melakukan segmentasi
 - b. Memilih target penonton
 - c. Membangun persepsi penonton melalui *image* dan *tagline*
 - 3. Pemanfaatan teknologi internet (media baru)
 - 4. Melakukan strategi pemasaran program
- C. Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Mengembangkan Sinjai Tv

Sinjai Tv meskipun telah melakukan berbagai strategi juga tidak terlepas dari berbagai kekurangan, salah satunya Sinjai Tv memiliki beberapa kekurangan dari segi tampilan dan kemasan program yang ditayangkan. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Rahmatullah sebagai Manjer Produksi,

Kekurangannya terdapat dari segi visualnya, terkadang gambar yang ditayangkan kurang jelas, suaranya juga ini dikarenakan karena Sinjai Tv termasuk lembaga penyiaran yang masih

bersifat analog (Rahmatullah, Wawancara, 2022).

Penjelasan rahmatullah sesuai dengan pengamatan peneliti terhadap tayangan-tayangan Sinjai Tv. Kualitas tayangan Sinjai Tv dari segi tampiln fisiknya, masih kurang menarik dibandingkan dengan televisi yang telah bersiaran nasional. Gambar yang cenderung gelap, warnah yang kurang cerah, kualitas vidio yang masih rendah, serta tata cara pengambilan gambar yang masih sederhana, sering menjadi keluhan dan hal ini diakui oleh Rahmatullah, sebagai manajer produksi bahwa beberapa kendala seperti minimnya peralatan menjadi kendala Sinjai Tv dalam memproduksi proram yang berkualitas tampilan visualnya, seperti yang diungkapkan dalam wawancaranya, “Peralatan Sinjai Tv masih sangat minim, hanya ada beberapa buah kamera, 4 kamera liputan dan 2 kamera di studio”.(Rahmatulla, wawancara, 2022).

Dari wawancara diatas minimnya peralatan memang masih menjadi kendala Sinjai Tv dalam melakukan produksi program. Keberadaannya sebagai televisi lokal dengan permodalan masih terbatas dan tidak sebesar tv nasional, membuat sinjai Tv masih sulit

untuk melakukan pengembangan alat-alat produksi yang membutuhkan biaya sangat besar. Namun dibalik semua kendala itu, Sinjai Tv berusaha terus bertahan dengan konsisten memproduksi program sendiri.

Selain kendala minimnya peralatan, faktor kurangnya SDM juga masih menjadi kendala yang dihadapi Sinjai Tv, dalam mensiasati kekurangan SDM ini, Sinjai Tv menerapkan azas semua bisa (*multitasking*) pada karyawan. Seperti yang dipaparkan Rahmatullah,

Saat ini kami masih sangat terbatas pada SDM yang jika dihitung keseluruhan jumlah karyawan yang ada di Sinjai Tv hanya berkisar 15 orang dan mau tidak mau kami harus bekerjasama serta saling bantu membantu agar program-program yang ada ini sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat (Rahmatulla, Wawancara, 2022).

Sehingga saat ini akan dilakukan perekrutan anggota-anggota baru yang berkompeten yang memang sesuai dengan yang dibutuhkan Sinjai Tv untuk lebih memajukan dan membuat Sinjai Tv lebih bersinergi lagi kedepannya.

Selain faktor penghambat dari minimnya peralatan dan SDM, kurangnya dana yang ada atau diberikan dari pemerintah daerah juga menjadi salah

satu kendala yang dihadapi Sinjai Tv, ini disebabkan karena Sinjai Tv merupakan lembaga penyiaran yang berada dibawah naungan pemerintah sehingga sumber dananya berasal dari pemerintah daerah.

Dari hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada 3 faktor utama yang menjadi penghambat Sinjai Tv dalam mengembangkan Eksistensinya, yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya Fasilitas/alat penunjang siaran yang ada
2. Masih minimnya SDM yang ada dan perlu dilakukan perekrutan anggota yang keilmuan serta *skill* yang memang sesuai dengan yang dibutuhkan Sinjai Tv
3. kurangnya dana yang ada

Dalam hal pengembangan Sinjai Tv memiliki beberapa faktor pendukung, antara lain:

1. Adanya konvergensi/peralihan dari Tv Analog (kabel) ke sistem digital

Sejalan dengan UU No. 11 tahun 2008 Tentang informasi dan transaksi elektronik bahwa perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang sedemikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dan menempatkan

Indonesia sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia sehingga mengharuskan dibentuknya pengaturan mengenai pengelolaan informasi dan transaksi elektronik di tingkat nasional sehingga pembangunan teknologi informasi dapat dilakukan secara optimal, merata dan menyebar keseluruh lapisan masyarakat guna mencerdaskan kehidupan bangsa. ("Undang", 2008).

Dan dengan dikeluarkannya maklumat pemerintah agar tahun ini semua stasiun tv tidak terkecuali lembaga-lembaga penyiaran lokal harus beralih dari tv analog ke sistem digital dapat menjadi cikal bakal bagi Sinjai Tv untuk mengembangkan Eksistensinya. Ini sesuai dengan penuturan Kepala UPTD Sinjai Tv yang mengatakan,

Sejalan dengan imbauan dan keputusan pemerintah bahwa TV analog (kabel) perlu beralih ke digital untuk kualitas siaran yang lebih baik, jernih suaranya dan bersih gambarnya maka di tahun ini Sinjai Tv pun juga akan ikut beralih dan diharapkan ini dapat menjadi wadah bagi Sinjai Tv untuk lebih dikenal luas oleh khalayak (Mardiyah, Wawancara, 2022).

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan diadakannya peralihan dari sistem analog (kabel) ke sistem digital, maka masyarakat dapat menikmati Siaran Sinjai TV dengan kualitas gambar serta suara yang jauh lebih baik lagi.

2. Terjalannya kerjasama dengan salah satu TV Nasional, yaitu TVRI

Sejarah pertelevisian di Indonesia dimulai pada tahun 1962 ketika untuk pertama kalinya TVRI mengudara dengan siaran langsung HUT Kemerdekaan Republik Indonesia ke-17 di Istana Negara Jakarta dan liputan Asian Games IV di Jakarta. Pada tahun 1987, dengan ditetapkannya Keputusan Menteri Penerangan RI Nomor: 190A/KEP/menpen/1987 tentang siaran saluran terbatas, maka peluang munculnya stasiun tv swasta terbuka (Mirza, 2011).

Mengingat TVRI merupakan salah satu TV Nasional yang telah mengudara selama kurang lebih 50 tahun dan keberadaanya sudah tak lagi diragukan hingga ke kancah internasional

dengan adanya kerjasama yang terjalin merupakan langkah awal yang akan ditempuh Sinjai TV agar keberadaan atau eksistensinya dapat diakui oleh masyarakat.. Seperti dalam wawancara Rahmatullah,

Untuk membuat Sinjai TV lebih diakui keberadannya ini merupakan cita-cita kami semua dan terutama para crew yang terlibat. Dan hal utama yang ditempuh saat ini adalah dengan membangun kerjasama dengan TVRI salah satu Tv Nasional yang ada di Sulawesi Selatan (Rahmatullah, Wawancara, 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya kerjasama yang dilakukan antara pihak pengelola Sinjai TV dengan salah satu tv nasional yaitu TVRI ini dapat menjadi jembatan serta cikal bakal perkembangan Sinjai TV kedepannya.

kemampuan orang-orang yang terlibat di dalamnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi, serta dengan adanya peralihan dari tv analog ke digital juga akan menjadi salah satu faktor yang sangat menguntungkan untuk mengembangkan Sinjai Tv.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, dalam mengembangkan eksistensinya di dunia industri televisi lokal, Sinjai Tv memperkuat strateginya dalam meraih *content*, *audience* dan *capital*. Strategi yang dilakukan Sinjai tv antara lain adalah:

1. Melakukan strategi program Tv (Melakukan perencanaan program, strategi dalam produksi program, penempatan program yang sesuai kebiasaan khalayak, melakukan pengawasan dan evaluasi program , nenayangkan program lokal yang mengangkat potensi-potensi daerah
2. Melakukan segmentasi dan merebut pasar khalayak (Melakukan segmentasi, memilih target penonton, membangun persepsi penonton melalui *image* dan *tagline*)
3. Pemanfaatan teknologi internet (media baru)
4. Melakukan strategi pemasaran program

faktor utama yang menjadi penghambat Sinjai Tv dalam mengembangkan Eksistensinya, yaitu sebagai berikut:

4. Kurangnya Fasilitas/alat penunjang siaran yang ada
5. Masih minimnya SDM yang ada dan perlu dilakukan perekrutan anggota yang keilmuan serta *skill* yang memang sesuai dengan yang dibutuhkan Sinjai Tv
6. kurangnya dana yang ada

Adapun yang menjadi pendukung dalam mengembangkan Sinjai Tv, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya konvergensi/peralihan dari Tv Analog (kabel) ke sistem digital
2. Terjalinnya kerjasama dengan salah satu TV Nasional, yaitu TVRI

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, antara lain adalah:

1. Sinjai Tv diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas-kualita programnya, baik dari segi konten maupun teksnisnya, agar kepuasan penonton semakin meningkat

terhadap sinjai Tv. Sinjai Tv juga diharapkan dapat melakukan pengembangan program secara berkala dan membuat program yang lebih variatif.

2. Dalam melakukan strategi pengembangannya, Sinjai Tv diharapkan jangan sampai mengurangi apalagi menghilangkan konten lokalnya yang merupakan ciri khas sejak aawal didirikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Melirik lima manfaat migrasi televisi digital untuk masyarakat indonesia . (2021, Agustus Rabu). *Kompasiana*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com>.
- Ahmad, M. A. (2016). *Positioning pjtv sebagai stasiun televisi lokal* . Bandung.
- Arfika, A.(2015). *Manajemen penyiaran pada lembaga penyiaran publik lokal sinjai tv*. Sinjai: Stkip.
- Arifin, B. (2018). Strategi komunikasi dakwah da'i hidayatullah dalam membina masyarakat pedesaan. *Ilmu komunikasi*, (2), 2-7.
- Asdar, I. (2014). *Resepsi masyarakat terhadap siaran sinjai tv bernuansa islami di kelurahan balangnipa kecamatan sinjai utara*. Sinjai: Sekolah tinggi agama islam muhammadiyah sinjai.
- Basit, A. (2018). *Konstruksi ilmu komunikasi islam*. Yogyakarta: Lontar media tama.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali pers.

- Cangara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali pers.
- Damayanti, F. (2013). *Peran penulis naskah/ script writer dalam proses produksi program talk show neo democracy di metro tv*. Bandar lampung: Universitas lampung.
- Darmanto, D. (2020). *Dinamika penyiaran publik di indonesia*. Yogyakarta: Samudra biru.
- Daulay, H. (2016). *Jurnalistik dan kebebasan pers*. Medan: PT Remaja rosdakarya.
- Deddy Mulyana, a. a. (2016). *Ilmu komunkasi: sekarang dan tantangan masa depan*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. u. (2017). *Ilmu komunikasi: teori dan praktek*. Bandung: Remaja rosdakarya.
- Ghanap, A. (2013). Pengaruh terpaan berita hoax dan persepsi masyarakat tentang kualitas pemberitaan televisi berita terhadap intensitas menonton televisi berita. Departemen ilmu komunikasi.

- Hidayat, R. (2015). Analisis media penyiaran di era teknologi informasi (konvergensi media). *Universitas paramadina*, 3.
- Morissan, M. (2014). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, M. (2015). *Manajemen media penyiaran: strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Prenamedia group.
- Muhtadi, A. s. (2016). *Komunikasi politik*. Bandung: Cv pustaka setia.
- Munawwir. (2018). *Berkas studi kelayakan lppl sinjai tv*. Sinjai: Diskominfo.
- Musliadi, M. (2020). Strategi komunikasi pada pelayanan kesehatan masyarakat umum (studi kasus Rumah Sakit Sultan Dg. Radja Bulukumba). *Retorika jurnal kajian komunikasi dan penyiaran islam*, 2, 1.
- N ikadiyana, d. (2016). Strategi komunikasi pemasaran mgstv dalam meningkatkan segmentasi pemirsa. *komunikatio*, ii, 128.
- Ningrum, A. (t.thn.). *Strategi komunikasi humas pt kereta api indonesia divisi regional (divre*.

- Noor, J. (2017). *Metode Penelitian: skripsi, thesis, disertasi dan karya ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nurhakki, A. s. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nuruddin, N. (2019). *Ilmu komunikasi: ilmiah dan populer*. Depok: Rajawali pers.
- Program. (t.thn.).
- Rahmadani, A. (2020). *Eksistensi televisi lokal*. Makassar: Universitas muhammadiyah makassar.
- Rahmah, U. F. (2013). *Strategi komunikasi stasiun televisi lokal dalam meningkatkan eksistensi*. Jakarta: Universitas islam negeri syarif hidayatullah.
- Rakyat, P. (2021, Oktober Senin). Siaran tv digital tingkatan kualitas dan kuantitas isi siaran. *Kominfo*.
- Roudhonah, R. (2019). *Ilmu komunikasi*. Depok: Rajawali pers.
- Sartika, A. (2015). Strategi komunikasi penanggulangan aids (kpa) dalam melakukan sosialisasi hiv/aids di kota samarinda. *Ilmu komunikasi*, iii, 21.

- Satmaniar, S. (2020). *Strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai dalam mempromosikan wisata tahura sinjai borong*. Sinjai: Iaim sinjai.
- Soyomukti, N. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jogjakarta: Ar-ruzz media.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrul, S. (2021). *Analisis penerapan job spsification dan job description terhadap aparatur sipil negara pada badan pengawas pemilihan umum provinsi sulawesi selatan*. Makassar: Universitas muhammadiyah makassar .
- Yusuf, M. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

NO	VARIABEL	INDIKATOR
1	Strategi komunikasi	1. Menyajikan program siaran yang mengedukasi dan mengedepankan nilai-nilai lokal 2. Menjalin kerjasama yang profesional kerjasama antar staf
2	Pengembangan Sinjai Tv	1. Mengupayakan agar chanel Sinjai Tv dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat dan diakui keberadaannya 2. Memperkuat keyakinan masyarakat terhadap tayangan yang disiarkan oleh Sinjai TV 3. Selalu memberikan atau menayangkan program-program yang mengangkat potensi-potensi daerah

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

Kepala UPTD Sinjai TV

Identitas Narasumber,

Nama : Mardiyah, S.Sos.

Usia : 41 tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (20 Juni 2022)

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana perencanaan Sinjai TV kedepan?
2. Bagaimana manajemen siaran yang ada di Sinjai TV?
3. Bagaimana langkah yang ditempuh untuk mencapai rencana-rencana yang akan lebih memajukan Sinjai TV?
4. Ibu sebagai ketua UPTD apa harapan serta target jangka panjang, dan jangka pendek dari Sinjai TV?

Direktur Program

Identitas Narasumber,

Nama : Rahmatullah,

Usia : 33 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (20 Juni 2022)

Daftar Pertanyaan,

1. Bagaimana job description ataupun struktur pembagian tugas untuk masing-masing staf?
2. Apa saja teknik atau metode yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi yang disiarkan oleh Sinjai TV?
3. Bagaimana sistem komunikasi yang dilakukan oleh para pegawai sinjai Tv dalam menangani kemungkinan terjadinya berita/informasi yang bersifat hoax yang mengatas namakan Sinjai TV?
4. Apakah masalah internal dapat menjadi faktor penghambat Sinjai TV dalam mempengaruhi kinerja dari para staf dan bagaimana cara mengatasinya?

5. Sinjai TV menyebarkan Informasi melalui platform media apa saja?
6. Gangguan-gangguan apa saja yang dapat mempengaruhi/ menghambat saluran informasi yang disampaikan dari sinjai TV itu Sendiri?

Crew

Identitas Narasumber,

Nama : Haerunnisa, S.I.Kom.

Usia : 27 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (25 Juni 2022)

1. Sebagai seorang penulis naskah baimana teknik, atau upaya yang dilakukan agar informasi yang ada menjadi menarik dikalangan para khlayak?
2. Apa kendala yang sering dialami dalam proses penulisan naskah berita?
3. Apakah ada sesi/bagian dari berita tertentu yang memerlukan framming?

Crew

Identitas Narasumber,

Nama : Saharuddin, S.Ip.

Usia : 29 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (25 Juni 2022)

1. Bagaimana suka duka ketika terjun langsung kelapangan pada saat peliputan/pengambilan berita?
2. Kendala apa saja yang sering ditemukan pada saat peliputan, serta bagaimana cara mengatasinya ?
3. Aplikasi apa yang digunakan dalam hal editing audio dan vidio?
4. Kesalahan teknik apa saja yang sering terjadi dan bagaimana cara mengatasinya?

Lampiran 3

DESKRIPSI HASIL WAWANCARA

Kepala UPTD Sinjai TV

Identitas Narasumber,

Nama : Mardiyah, S.Sos.

Usia : 41 tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (20 Juni 2022)

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana perencanaan Sinjai TV kedepan?

Jawaban: Sinjai tv terkhusus untuk tahun ini diprogramkan untuk beralih dari televisi analog menjadi televisi digital, dan tentunya akan dilakukan perombakan secara besar-besaran terhadap struktural yang ada di Sinjai Tv.

2. Bagaimana manajemen siaran yang ada di Sinjai TV?

Jawaban: Untuk masing-masing orang yang bergelut di Sinjai Tv akan dilakukan *breefing* terlebih dahulu sebelum melaksanakan tugas masing-masing,

contohnya untuk bagian peliputan diberikan sebuah target liputan juga jenis beritanya.

3. Bagaimana langkah yang ditempuh untuk mencapai rencana-rencana yang akan lebih memajukan Sinjai TV?

Jawaban: mengingat bahwa tahun ini akan dilakukan peralihan dari tv analog ke digital maka Sinjai Tv menjalin kerjasama dengan salah satu tv nasional yaitu TVRI, terlebih lagi nanti pada tahun 2023 TVRI akan membangun stasiun tv baru di Tanassang

4. Ibu sebagai ketua UPTD apa harapan serta target jangka panjang, dan jangka pendek dari Sinjai TV?

Jawaban: Harapan saya untuk Sinjai Tv kedepannya itu agar Sinjai Tv bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas tak terbatas pada daerah Sinjai saja, serta tetap menayangkan program-program yang berkualitas

Direktur Program

Identitas Narasumber,

Nama : Rahmatullah,

Usia : 33 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (20 Juni 2022)

Daftar Pertanyaan,

1. Bagaimana job description ataupun struktur pembagian tugas untuk masing-masing staf?

Jawaban: Untuk *job description* pada bagian *news* ada kameramen, penulis naskah,

presenter, *master control*, dan untuk bagian program ada penulis naskah (redaktur), kameramen, editor, *voice over*, dan semua hasil produksi diserahkan ke *master control* untuk ditindak lanjuti sebelum penayangan.

2. Apa saja teknik atau metode yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi yang disiarkan oleh Sinjai TV?

Jawaban: Jadi program-program yang ada tak hanya disiarkan di chanel Sinjai tv, tetapi

juga kami para *crew* memanfaatkan media digital internet seperti *facebook*, *instagram* dan juga *youtube*.

3. Bagaimana sistem komunikasi yang dilakukan oleh para pegawai sinjai Tv dalam menangani kemungkinan terjadinya berita/informasi yang bersifat hoax yang mengatas namakan Sinjai TV?

Jawaban: Untuk penyelesaian masalah akan adanya berita atau informasi hoax yang

mengatas namakan Sinjai Tv terlebih dahulu akan dilakukan komunikasi persuasif dan tanpa melibatkan hukum.

4. Apakah masalah internal dapat menjadi faktor penghambat Sinjai TV dalam mempengaruhi kinerja dari para staf dan bagaimana cara mengatasinya?

Jawaban: Untuk hal ini rasanya setiap instansi mengalaminya namun kami di Sinjai TV

seberusaha mungkin agar segera menyelesaikan masalah dan tetap bekerja secara profesional agar tidak menimbulkan masalah khususnya pada bagian-bagian program yang kami susun

5. Gangguan-gangguan apa saja yang dapat mempengaruhi/ menghambat saluran informasi yang disampaikan dari sinjai TV itu Sendiri?

Jawaban: Hal utama yang menjadi penghambat itui adalah sdinyal atau jaringan dari

pemancar Sinjai Tv itu sendiri dikarenakan saat ini masih belum memadai

Crew

Identitas Narasumber,

Nama : Haerunnisa, S.I.Kom.

Usia : 27 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (25 Juni 2022)

1. Sebagai seorang penulis naskah bagaimana teknik, atau upaya yang dilakukan agar informasi yang ada menjadi menarik dikalangan para khalayak?

Jawaban: Kita sebagai seorang penulis harus pintar-pintar dalam melengkapi atau menuliskan isi berita, dan kita juga harus melihat beberapa referensi berita yang lebih dahulu tayang untuk dijadikan acuan dalam hal penulisan naskah berita

2. Apa kendala yang sering dialami dalam proses penulisan naskah berita?

Jawaban: Untuk kendala yang sering dialami sebenarnya masalah utamanya ada pada saat peliputan atau pengambilan gambar berita,

karena terkadang gambar yang ada tak sesuai dengan naskah yang ditulis oleh wartawan.

3. Apakah ada sesi/bagian dari berita tertentu yang memerlukan framing?

Jawaban: kita tidak bisa munafik yah bahwa memang kita terkhusus yang berkerja di media khususnya televisi membutuhkan sebuah *Framming* karena dengan adanya *framing* para penonton tentunya merasa tertarik untuk menyaksikan progream yang kami tayangkan.

Crew

Identitas Narasumber,

Nama : Saharuddin, S.Ip.

Usia : 29 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tempat dan Waktu : Ruang Kerja Sinjai Tv (25 Juni 2022)

1. Bagaimana suka duka ketika terjun langsung kelapangan pada saat peliputan/pengambilan berita?

Jawaban: Untuk sukanya tentunya banyak dimana kita bisa berinteraksi langsung dengan pejabat-pejabat atau petinggi pemerintahan, serta memperbanyak relasi. Dan untuk dukanya terkadang kita mendapat hambatan pada medan yang akan dilalui entah itu jalan yang rusak sehingga memperlambat kita untuk sampai ke lokasi liputan

2. Kendala apa saja yang sering ditemukan pada saat peliputan, serta bagaimana cara mengatasinya ?

Jawaban: Untuk kendalanya hampir sama dengan suka duka yang kami rasakan pada saat peliputan, fokus utamanya itu adalah medan yang dilalui.

3. Aplikasi apa yang digunakan dalam hal editing audio dan video?

Jawaban: Aplikasi yang digunakan dalam editing adalah *Adobe premier*

4. Kesalahan teknik apa saja yang sering terjadi pada saat editing dan bagaimana cara mengatasinya?

Jawaban: Untuk permasalahan yang terjadi itu kapasitas penyimpanan di komputer yang tidak mencukupi karena sudah terlalu banyak file dan juga terkadang file yang telah dibuat sering hilang atau kita lupa disimpan di folder mana.

Dokumentasi



Gambar 1 Wawancara dengan Kepala Lembaga Penyiaran Publik Lokal di Kantor Sinjai Tv. pada tanggal 20 Juni 2022.



Gambar 2 Wawancara dengan salah satu reporter di Kantor Sinjai Tv pada tanggal 25 juni



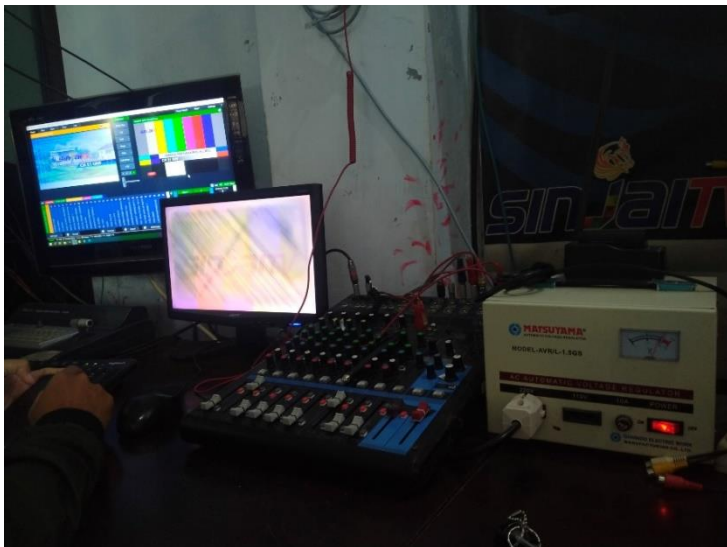
Gambar 3 Wawancara dengan salah satu editor program siaran di Kantor Sinjai Tv pada tanggal 25 juni



Gambar 4 Wawancara dengan salah satu penulis naskah berita di Kantor Sinjai Tv pada tanggal 25 juni



Gambar 5 Terjung langsung pada saat peliputan yang dilakukan oleh Crew Sinjai Tv di Ke. Sinjai Borong pada tanggal 27 Juni



Gambar 6 Salah satu sarana dan prasarana yang ada di ruang Master Control Sinjai Tv



SURAT KEPUTUSAN Nomor: 0163.D2/III.3.AU/F/KEP/2021

TENTANG DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI TAHUN AKADEMIK 2021/2022

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai setelah

Menimbang

1. Bahwa dalam rangka penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2020/2021, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing penulisan Skripsi dalam Surat Keputusan
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang diamanahkan kepadanya

Mengingat

1. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
3. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai
5. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah
6. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

Memperhatikan

1. Kalender Akademik Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam T.A 2020/2021.

MEMUTUSKAN

Menetapkan

1. Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa

Pertama

1. Mengangkat dan menetapkan Bapak/Ibu:

Pembimbing I	Pembimbing II
Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I.	Surianti, S.Sos., M.A.

Untuk penulisan skripsi mahasiswa

Nama : Ega Puspita Sari

NIM : 180208001

Prodi : KPI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Sinjai TV dalam Mengembangkan Eksistensi ke Ranah Nasional

SINJAI

LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL (LPPL)

SINJAI TELEVISI

Studio/Kantor : Jalan Persatuan Raya No.101 Sinjai Email : Sinjaitv@gmail.com, Telepon : (0482) 22066

SURAT KETERANGAN

NO. 482/24 / 20 - ST / VII / 2022

Yang Bertanda Tangan dibawa ini :

Nama : MARDIYAH,S.Sos
Pangkat : Penata III/c
Nip : 19841023 260801 2 002
Jabatan : Kepala LPPL Sinjai TV dan Radio Suara Bersatu FM

Dengan ini Menerangkan Bahwa

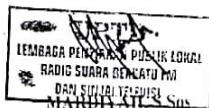
Nama : EGA PUSPITA SARI
Tempat / Tanggal Lahir : SINJAI, 03 JUNI 2000
Perguruan Tinggi : INSTITUT AGAMA ISLAM
MUHAMMADIYAH SINJAI
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
NIM : 180208001
Pekerjaan : Mahasiswa S1
Alamat : Desa Pattongko kec.Sinjai Tengah

Menyatakan Bahwa mahasiswa tersebut diatas Telah Melaksanakan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi/Tesis/Disetasi dengan Judul , Strategi komunikasi sinjai tv dalam mengembangkan eksistensi keranah nasional pada Dinas Komunikasi, Informasi dan Persandian Kabupaten Sinjai.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 04 Juli 2022

Kepala LPPL Sinjai TV dan Radio Suara Bersatu



NIP. 19841023 200801 2 002

BIODATA PENULIS



Nama : Ega Puspita Sari

Nim :180208001

Alamat : Desa Pattongko, Kec. Sinjai
Tengah, Kab. Sinjai

Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SDN 112 Sattulu
2. SLTP/MTS : MTs. Muhammadiyah
Pattongko
3. SMU/MA : SMA Muhammadiyah
Pattongko
4. Handphone : 085396756634
5. Email : puspitasariega71@gmail.com
6. Nama Orang Tua : Arif (Ayah)
Ramlah (ibu)

PAPER NAME

180208001

AUTHOR

EGA PUSPITA SARI

WORD COUNT

7557 Words

CHARACTER COUNT

48602 Characters

PAGE COUNT

31 Pages

FILE SIZE

111.5KB

SUBMISSION DATE

Nov 11, 2022 8:52 AM GMT+7

REPORT DATE

Nov 11, 2022 8:53 AM GMT+7



● 25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 23% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

