

STRATEGI KOMUNIKASI SIARAN TVRI SUMATERA SELATAN SEBAGAI TELEVISI PUBLIK

Dina Novita¹, Yenrizal², Badarudin Azarkasyi³

¹Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang Indonesia

¹yenrizal_uin@radenfatah.ac.id ²badarudinazarkasyi_uin@radenfatah.ac.id ³dinan9749@gmail.com

ABSTRACT

This thesis aims to examine the "Communication Strategy for South Sumatra TVRI Broadcasting as Public Television". The background of the discussion in this thesis is the consistency of the South Sumatra TVRI media as public television. The research that the author uses is field research with qualitative methods and data collection through: observation, interviews, and documentation with the concept of communication strategy. The results of the South Sumatra TVRI Broadcasting Communication Strategy as a Public Television is done by making a plan which begins with determining the concept of goals, targets to be achieved, and the results to be obtained. Then monitoring and evaluation of the results of all these plans is carried out. In this process, TVRI South Sumatra compiles and coordinates together in a perfect concept of what achievements will be obtained from the program that has been conceptualized previously so that if the achievement concept is successful in achieving its goals, the designs and targets that have been previously in accordance with the final result. However, if the concept of achievement is not successful in achieving its goals, then the design and targets that have been there previously are not in accordance with the final results or in the sense that they fail to achieve their goals.

Keywords: *Communication Strategy, TVRI South Sumatra, Communication Objectives*

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan mengkaji tentang "Strategi Komunikasi Siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik". Pembahasan dalam skripsi ini dilatar belakangi dari sebuah konsistensi sebuah media TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik. Penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan metode kualitatif dan pengumpulan data melalui: observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan konsep strategi komunikasi. Hasil Strategi Komunikasi Siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik ini dilakukan dengan cara membuat suatu perencanaan dimana dimulai dengan menentukan konsep tujuan, target yang akan dicapai, serta hasil yang akan didapatkan. Kemudian dilakukan pengawasan serta evaluasi dari hasil dari semua perencanaan tersebut. Dalam proses ini TVRI Sumatera Selatan menyusun serta berkoordinasi bersama dalam mengkonsep dengan sempurna pencapaian apa yang akan didapat dari program yang telah dikonsep sebelumnya sehingga jika konsep pencapaian itu berhasil dalam mencapai tujuannya maka rancangan serta target yang telah ada sebelumnya sesuai dengan hasil akhir. Akan tetapi, jika konsep pencapaian itu tidak berhasil dalam mencapai tujuannya maka rancangan serta target yang telah ada sebelumnya tidak sesuai dengan hasil akhir atau dalam artian gagal mencapai tujuannya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, TVRI Sumatera Selatan, Tujuan Komunikasi

1. PENDAHULUAN

Televisi merupakan suatu alat komunikasi yang berfungsi menyampaikan sesuatu secara audiovisual (menampilkan teks, suara, gambar serta kombinasinya) sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Televisi ialah jenis media massa yang mampu mempengaruhi serta mengubah cara pandang, sikap dan perilaku masyarakat terhadap suatu hal melalui tayangan program yang ditampilkan. Televisi juga sebagai media yang medidik karakter anak bangsa melalui setiap tayangan programnya seperti halnya TVRI Sumatera Selatan yang mengedepankan nilai pendidikan dan kebudayaan dalam setiap tayangannya namun, minat menontonnya sangat rendah dibandingkan dengan televisi swasta.

Dari hasil survei 2 tahun terakhir sebanyak 57 persen mengatakan tidak menonton TVRI Sumatera Selatan. Dengan alasan program acara yang tidak modern, tidak ada film kartun, bahkan tidak tahu jadwal

tayang sedangkan 43 persennya mengatakan suka menonton program tayangan TVRI Sumatera Selatan dikarenakan ada program budaya yang mendidik serta memberikan pengetahuan tentang kebudayaan.

Sebagai Televisi Publik TVRI Sumatera Selatan lebih mengutamakan program acaranya tertuju pada pendidikan dan kebudayaan sehingga tidak terlepas dari visi dan misi TVRI. Sehingga penonton merasa bosan dengan program acara yang ditampilkan bahkan sebagian penonton merasa tayangan program TVRI Sumatera Selatan kontennya kurang modern dibandingkan televisi swasta dan media sosial. Dengan demikian minat menonton masyarakat terhadap TVRI Sumatera Selatan menurun dan teralihkan ke media sosial yang lebih menarik kontennya

TVRI Sumatera Selatan setiap program-program acaranya lebih umum dan tertuju pada pendidikan serta kebudayaan. Misalnya “Cerdas Cermat atau Dunia Anak” merupakan program pendidikan yang ditayangkan pada pagi hari untuk mengedukasi anak-anak di Sumatera Selatan dan sekitarnya. Ada juga program yang mengangkat kearifan lokal budaya Palembang misalnya Berbalas pantun melalui program “Gayung Bersambut”, Jelajah kearifan setiap daerah di Sumatera Selatan melalui program “Kampungku” dan lain sebagainya. Dengan beberapa program yang ditampilkan memberikan kesan bahwa TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik yang menjunjung tinggi nilai pendidikan dan kebudayaan dalam setiap program acaranya. Meskipun pada zaman saat ini terlihat menurunnya ketertarikan masyarakat dalam menyaksikan program budaya karena telah tergerus dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin hari semakin berkembang. Dengan begitu banyak perkembangan konten diberbagai media sosial saat ini, membuat tayangan di televisi semakin menurun minat menontonnya. Hal ini diakibatkan oleh tayangan yang ditampilkan televisi kurang memberikan kesan menarik kepada penonton. Sehingga, kepuasan penonton teralihkan ke media baru yang lebih menarik daripada televisi.

Hal inilah yang menjadi permasalahan bagi TVRI Sumatera Selatan dalam meningkatkan kembali minat menonton masyarakat terhadap tayangan program yang ditampilkan. Dalam upayanya TVRI Sumatera Selatan perlu membuat strategi sehingga mampu mengemas suatu program yang berkualitas namun tidak meninggalkan statusnya sebagai televisi publik. Suatu program yang direncanakan TVRI Sumatera Selatan harus mengedepankan nilai pendidikan dan kebudayaan yang sesuai berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2005. Sudah kita ketahui bahwa sebuah program dalam suatu stasiun merupakan suatu hal yang sangat penting karena dari program siaran yang ditayangkan tersebut dapat menarik minat penonton. Tidak hanya itu, adanya kerjasama antara lembaga atau instansi dengan TVRI Sumatera Selatan juga sangat dipengaruhi oleh program yang ditayangkan.

Melihat dari latar belakang diatas serta mencermati dengan seksama, peneliti tertarik untuk melihat strategi komunikasi siaran TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik yang masih bertahan hingga saat ini. Dengan demikian peneliti ingin mengangkat sebuah judul penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik”**.

Tabel.1 Segmentasi Penonton Berdasarkan Jenis Kelamin
(Company TVRI Sumatera Selatan)

Jenis Kelamin	Persentase	Usia	Dosis 2
Laki-laki	86.32%	Remaja (10-20 Tahun)	29.37%
Perempuan	13.68%	Dewasa (20-40 Tahun)	10.69%
		>40 Tahun	59.94%
	100%		100%

Sumber: Kepala Bag. SDM TVRI Sumatera Selatan

Dari data diatas yang mana merupakan hasil data persentase segmentasi penonton berdasarkan jenis kelamin yang mana bisa diketahui tingginya penonton laki-laki dibandingkan perempuan dalam menonton program siaran dari TVRI Sumatera Selatan serta usia yang lebih dominan menonton siaran tersebut ialah rentan umur 40 tahun ke atas yang mana mencapai persentase 59.94% dari 100% akan tetapi 29.37% usia 10-20 tahun keatas remaja menempati posisi kedua dominan dalam menonton program siaran TVRI Sumatera Selatan.

Dari hasil pendataan diatas menjelaskan bahwa persentase minat menonton lebih dominan

pada jenis kelamin laki-laki dimana rentan umur mereka usia 40 tahun keatas. Sehingga dapat dikatakan strategi dan rancangan TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik lebih mengedepankan nilai-nilai kebudayaan dan pendidikan dalam setiap program siaran yang ditayangkan. Hal tersebut berimbang pada hasil dari persentase diatas. Perlu diketahui dalam pelaksanaannya Koordinator Bidang Program dan Konten Media Baru ini merupakan bagian terpenting dalam terlaksananya serta pengembangan potensi pada tayangan yang disiarkan kepada masyarakat. Sehingga pada bidang ini memiliki tugas yang sangat penting yakni mengelola program acara, jadwal PD umum, mencari *talent* yang akan mengisi pada acara tersebut dan lain sebagainya. Adapun jika tayangan produksi acara berlangsung secara *streaming* atau *live* melalui kanal media sosial instansi terkait maka sebelum melaksanakan kegiatan tersebut diperlukan sebuah perencanaan diawal dengan sebaik mungkin sehingga terstruktur. Perencanaan tersebut meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Selain hal tersebut yang perlu juga diperhatikan ialah bagaimana membuat strategi dalam pelaksanaan program acara tersebut dapat menarik hati serta memberikan sebuah kesan pada masyarakat. Salah satu strategi yang kembali digaungkan oleh TVRI Sumatera Selatan ialah memberikan pembaharuan dalam program-program acara yang sudah ada menjadi lebih berwarna serta sesuai dengan keadaan saat ini. TVRI Sumatera Selatan membaharukan tampilan dari beberapa program acara yang ada salah satu diantaranya ialah Cepat Tepat SMA se- Sumatera Selatan dan Gayung Bersambut. Pembaharuan ini bertujuan serta berkesinambungan dengan visi dan misi TVRI Sumatera Selatan untuk tetap menjadi televisi publik yang menjunjung tinggi nilai pendidikan dan kebudayaan dalam setiap penayangan.

TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik yang tetap mengedepankan nilai edukasi dan budaya dalam sebagian program acaranya. Maka dari itu sebuah strategi komunikasi diperlukan dalam mengkampanyekan sebuah program siaran televisi sehingga dapat mempengaruhi minat menonton terhadap masyarakat. Strategi program siaran televisi ini tentunya meliputi perencanaan program meliputi penentuan target dan lainnya, produksi, pelaksanaan program, pengawasan serta evaluasi program siaran.

Perencanaan program pendek merupakan perencanaan yang dilakukan melalui beberapa rapat perminggunya, sehingga mampu mengkoordinir serta evaluasi pasca produksi program. Adapun perencanaan jangka menengah ialah perencanaan yang dilakukan per satu bulan sekali, sedangkan perencanaan jangka panjang ialah perencanaan yang dilakukan setiap awal tahun atau pertahun sekali. Hal ini berkesinambungan dengan ungkapan Kepala Koordinator Program dan Konten Media Baru TVRI Sumatera Selatan. "Dalam melaksanakan perencanaan jangka pendek kita melakukan rapat pembahasan mingguan untuk mengetahui program apa yang akan dilaksanakan perminggunya. Tidak hanya itu akan ada juga evaluasi dari setiap program yang telah berlangsung. Sedangkan perencanaan jangka menengah merupakan kegiatan yang dilakukan dalam membahas rapat perbulannya untuk menentukan target program penayangan. Selanjutnya yang terakhir ialah perencanaan jangka panjang yang dilakukan setiap sekali dalam setahunnya untuk merapatkan program tahunan kedepannya," kata Candra Irawan, Rabu (01/09/2021).

Salah satu program yang banyak digemari oleh publik khususnya kalangan remaja SMP dan SMA lewat postingan di media sosial Instagram ialah "Cepat Tepat SMP dan SMA". Program tayangan ini mampu mempengaruhi minat menonton serta pencapaian target yang cukup signifikan dari perencanaan. Program ini dikemas dalam bentuk kuis dengan tema pendidikan, tujuannya ialah untuk melatih berfikir dan ketangkasan dalam menjawab sebuah pertanyaan. Program ini secara tidak langsung memberikan feedback kepada masyarakat khususnya para anak-anak tingkat SMP dan SMA dalam melatih kemampuan berfikir serta menambah wawasan pengetahuan. Sebagaimana yang diungkapkan siswa MAN 3 Palembang, Cahaya Ayu Ningtyas. "Dengan adanya program seperti ini memberikan dampak positif bagi saya sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan serta memberikan motivasi untuk terus giat belajar bahkan memotivasi saya untuk ikut andil dalam mewakili sekolah dalam program tersebut," kata Cahya Ayu Ningtyas, 22/11/2021)

Sehingga dari semua ungkapan koordinator program dan konten media baru TVRI Sumatera Selatan Bapak Candra Irawan, perlu adanya perencanaan yang kompleks dalam menentukan

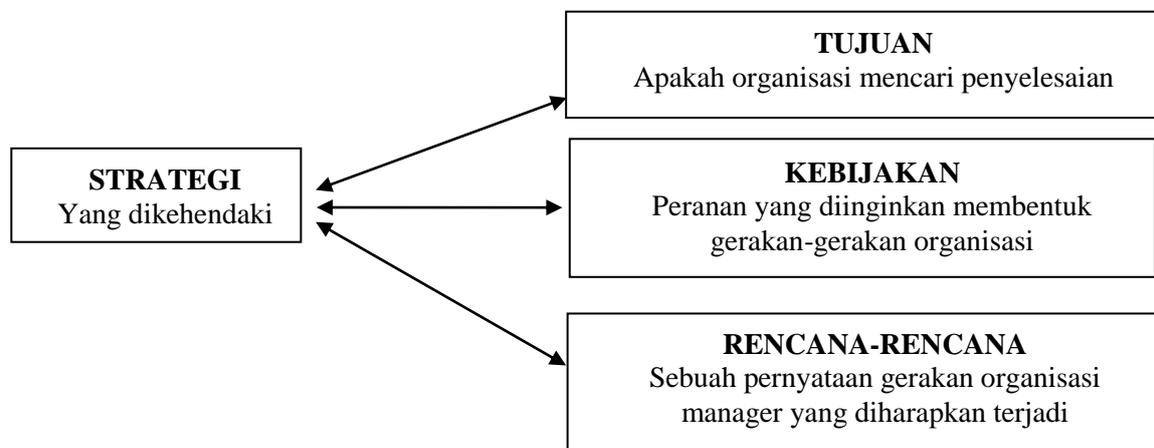
konsep acara, target, bahkan evaluasi serta pengawasan terhadap program siaran yang ditayangkan. Hal inilah yang akan menjadi tolak ukur Strategi Komunikasi yang dilakukan TVRI Sumatera Selatan untuk tetap menjadi televisi publik ditengah banyaknya televisi swasta.

1.1 Kerangka Teori

a. Strategi

Secara etimologi Prosedur berasal dari bahasa Yunani *strategos*, dan itu berarti umum. Dengan demikian kata sistem dalam arti sebenarnya berarti "Pengerjaan dan Umum". Prosedur adalah metodologi umum yang mengatur pemikiran, pengaturan dan pelaksanaan, strategi, dari suatu gerakan dalam jangka waktu tertentu. Dalam sistem yang baik terdapat koordinasi kelompok kerja, yang bertemakan pengenalan variabel pendukung sesuai standar pelaksanaan pemikiran yang bijaksana, kecakapan dalam pembiayaan dan memiliki strategi untuk mencapai tujuan secara nyata.

Berikut Bagan dari Strategi yang dikehendaki;



Bagan 2.1 Strategi yang dikehendaki

Sumber: Gregory G. Dess dan Alex Miller, 2004: 2)

- Strategi yang direalisasikan (*realized strategic*) merupakan apa yang dicapai atau apa yang telah diwujudkan.

Strategi yang asli sering mengalami perubahan dalam keseluruhan implementasinya sesuai dengan peluang dan ancaman yang dihadapi. Strategi yang sebenarnya terealisasi selalu lebih banyak atau sedikit dibandingkan strategi yang dikehendaki.

b. Komunikasi

Definisi dari komunikasi secara etimologi (bahasa), kata "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris "*communication*" yang mempunyai akar kata dari bahasa Latin "*comunicare*". Kata "*comunicare*" sendiri mempunyai tiga arti yakni:

- 1) "*to make cammon*" atau membuat sesuatu menjadi umum.
- 2) "*cum + munus*" berarti saling memberi sebagai hadiah.
- 3) "*cum + munire*" yaitu membangun pertahanan bersama.

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communicatio*", secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*, dalam kata *communis* ini memiliki makna "berbagi" atau "menjadi milik bersama" yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Terdapat beberapa unsur yang saling bergantung satu sama lain, yakni:

- a. Sumber (*source*), ialah orang yang menjadi pengirim (*sender*), peyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*) dan organitator yang menyampaikan pesannya ke masyarakat luas.

- b. Pesan (*message*), ialah gagasan/ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan yang akan disampaikan komunikator kepada komunikan.
- c. Saluran (*media*), ialah alat atau media yang digunakan untuk kegiatan pemberitahuan atau pemberitaan oleh sumber berita, misalnya media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum.
- d. Penerima informasi (*receiver*), ialah per-orang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi. (Bungin, 2006:57).

c. *Strategi Komunikasi*

Strategi komunikasi pada dasarnya sebuah penyampaian pesan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan sehingga memiliki peranan penting dalam keberhasilan suatu komunikasi. Seorang komunikator yang memiliki kredibilitas yang tinggi serta dapat dipercaya akan memegang peranan penting dalam jalannya suatu proses komunikasi. Seorang ahli Bernama Aristoteles mengatakan komunikator memiliki *good sense, good moral, and good character* yang kemudian diformulasikan menjadi tidak baik (*good intentions*), dapat dipercaya (*trustworthiness*) dan keahlian (*expertise*) dimana hingga sekarang konsep ini masih dipakai.

➤ *Fungsi Strategi Komunikasi*

Dalam strategi komunikasi ada dua aspek yang baik yakni secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda yakni:

Pertama, menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.

Kedua, menjembatani *cultural gap* akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya (Effendy, 1993: 300)

d. *Komunikasi Massa*

Secara sederhana komunikasi massa ialah komunikasi yang melalui media massa (cetak dan elektronik). Massa dapat diartikan sebagai penerima pesan yang ditujukan kepada orang pengguna media massa. Dapat dikatakan massa disini sebagai suatu cara sikap dan perilaku dalam berperan aktif di media massa. Dengan demikian, massa ialah kata sifat yang ditujukan kepada pembaca, penonton, *audience*, khalayak atau pemirsa. (Ardianto, 2004: 4)

Liliweri menyatakan bahwa komunikasi memiliki efek tertentu dalam proses penerapannya pada terjadinya interaksi sosial, yakni sebagai berikut;

a. Efek Kognitif

Efek kognitif ialah sebuah efek pesan dari komunikasi massa yang mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu berkenaan dengan apa yang telah diperoleh.

b. Efek Afektif

Efek afektif ialah sebuah efek pesan dari komunikasi massa yang mengakibatkan berubahnya suatu perasaan tertentu dari khalayak.

c. Efek Konatif

Efek konatif ialah sebuah efek pesan dari komunikasi massa yang terjadi apabila orang atau komunikan mengambil keputusan untuk melakukan suatu hal atau tidak melakukannya.

d. *Media Massa*

➤ *Karakteristik Media Massa*

Menurut Canggara ada 5 karakteristik media massa sebagai berikut:

a. Bersifat kelembagaan atau melembaga

Ialah pihak yang mengelola media terdiri dari beberapa orang. Bisa disimpulkan dalam satu

media memiliki 3-5 pengelola nya mulai dari pengumpulan data, pengelolaan data, sampai penyajian data informasi kepada masyarakat atau khalayak.

b. Bersifat satu arah

Ialah media massa melakukan komunikasi secara satu arah tanpa adanya respon dari lawan bicara. Lebih sederhananya dalam penyampaian informasi media massa tidak memungkinkan menggunakan komunikasi dua arah karena jika terjadi maka akan membutuhkan waktu yang cukup lama.

c. Bersifat meluas dan bersamaan

Ialah dapat menyebarkan informasi secara meluas tanpa mengenal jarak dan waktu serta dapat diterima masyarakat dalam waktu yang bersamaan.

d. Menggunakan alat bantu

Ialah dalam pengoperasian penyebaran informasi melalui media massa tentunya menggunakan alat bantu atau peralatan teknis dan non teknis misalnya radio, televisi, surat kabar dan lain sebagainya.

e. Bersifat terbuka

Ialah pesan yang disampaikan dapat diterima siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal jenis kelamin, ras, agama, suku, dan bahasa.

e. *Televisi*

Televisi sebagai media eletronik yang menyampaikan sebuah informasi dengan medium audiovisual kepada masyarakat dengan menyajikan berupa program tayangan yang menarik serta edukatif. Bahkan sebagai media penyiaran, televisi memiliki peranan penting dalam mengubah sikap dan perilaku masyarakat terhadap suatu hal melalui tayangan program yang ditampilkan. Hal ini dapat terjadi dengan adanya kolaborasi antara kedua belah pihak yakni media televisi terkait dan masyarakat. Pihak media televisi mencari tahu apa yang sedang dibutuhkan masyarakat saat ini serta mengaplikasikannya melalui sebuah tayangan program yang menarik.

f. *Strategi Komunikasi*

Seperti halnya dengan beberapa strategi dibeberapa bidang keilmuan lainnya. Strategi komunikasi perlu adanya sebuah teori sehingga dapat mengetahui kebenaran dari suatu pengetahuan. Teori Strategi Komunikasi telah dikemukakan oleh Steve Cartledge yang dapat diilustrasikan seperti gambar dibawah ini: (Teori Strategi komunikasi dalam <http://www.Komunikasi Praktis.com>, (diakses 22 Agustus 2021)



Sumber : Cangara (2013 : 54)

Gambar 1 Strategi Komunikasi

Dapat dipahami dari bagan diatas bahwa *communication strategy* memiliki beberapa teori dimensi antara lain: 1. *Communication planning*, 2. *Channel strategies*, 3. *Building the effective communication function*, 4. *Developing overarching communication strategies*, 5. *Implementing communication strategies*, dan yang terakhir 6. *Communication audits against best practice*. Dalam pemahaman John Mildeton perencanaan komunikasi melingkar atas enam tahapan yakni:

1. Analisis *audience* dan kebutuhan
2. Penetapan sasaran komunikasi
3. Strategi saluran, pesan dan penerima Penetapan management obyektif
4. Implementasi perencanaan yang mencakup dana, sumber daya manusia, dan waktu.
5. Evaluasi yang mencakup evaluasi formatif dan evaluasi summatif. (Cangara, 2013: 86)

Setiap komunikasi memerlukan sebuah strategi dalam upaya mencapai tujuannya. Seperti halnya sebuah komunikasi advokasi dalam penerapannya perlu melalui beberapa tahapan mulai dari tahap analisis yang mengarahkan, merencanakan, dan memfokuskan upaya pada tujuan khusus serta menempatkan pada jalur yang jelas dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. (Cangara, 2013: 84).

Membahas sebuah strategi komunikasi siaran yang efektif pada stasiun televisi publik yakni TVRI Sumatera Selatan memerlukan sebuah teori yang tepat sehingga pelaksanaan strategi serta perencanaannya berjalan dengan lancar. Dalam strategi komunikasi memiliki beberapa teori yang sangat memengaruhi terhadap *feedback* komunikannya, antara lain;

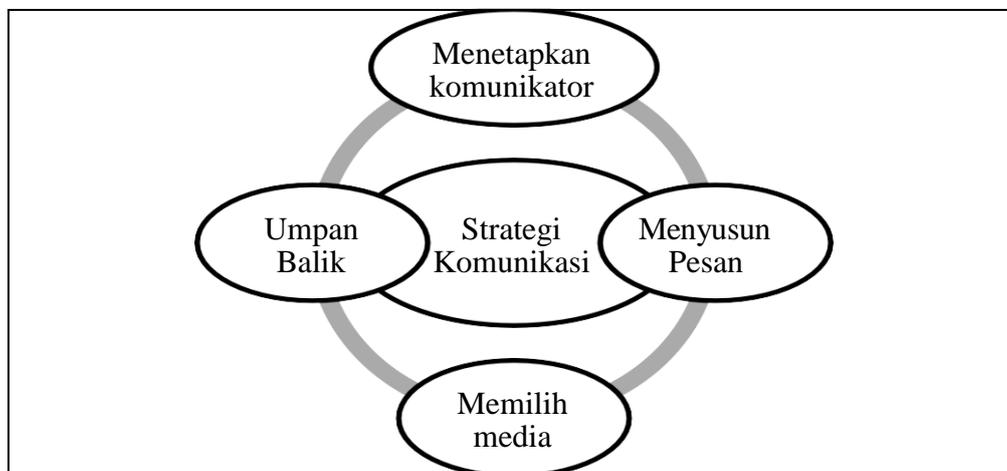
1. *Campaign communication theory*
- 2.. *Communication goal theory*
3. *Interpersonal communication theory*
4. *Negotiation theory*

Dari keempat teori diatas yang paling mendekati dan berkaitan dengan judul yang akan diteliti oleh peneliti ialah "*Communication goal theory*" yang mana teori ini berfokus pada bagaimana suatu kegiatan komunikasi dapat mencapai suatu tujuan. (Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009:105) Tujuan merupakan sebuah keadaan dimana seseorang berkeinginan mencapai sesuatu. Keinginan tersebut bisa dalam hal kesuksesan, keamanan, dan lainnya. Demikian juga dengan sebuah proses komunikasi dimana seseorang atau komunikator memiliki suatu keinginan dari apa yang mereka sampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikannya sebagai penerima pesan. Dapat dikatakan hal tersebut merupakan sebuah tujuan dalam proses komunikasi. Tujuan yang dimaksudkan ialah bagaimana menjalin sebuah hubungan yang baik, penyampaian

informasi serta tujuan memberikan kritik dan saran kepada orang lain dengan bahasa yang baik.

Pada teori ini mengasumsikan bahwa faktor yang paling utama dalam mempengaruhi seorang individu atau pemirsa ialah dengan sebuah tujuan. *Communication goal theory* telah menunjukkan bahwa adanya sebuah dampak kognitif dari sebuah perencanaan dalam mencapai tujuan. Dampak kognitif ini dapat mempengaruhi seseorang individu atau pemirsa dalam menyerap dan memahami program siaran yang ditayangkan sehingga melahirkan sebuah pengetahuan baru bagi pemirsa. Tidak hanya itu pada teori ini juga diperlukan sebuah perencanaan yang konkret dalam mencapai suatu tujuan. Perencanaan yang telah direncanakan dengan baik adalah rencana yang sesuai dengan keadaan yang terjadi baik dalam organisasi atau perusahaan. Dasar dari *Communication goal theory* berasal dari bagaimana sebuah proses penentuan tujuan yang berdasarkan konsep pemikiran, penentuan target yang akan dituju serta hasil yang akan didapatkan. Teori ini memiliki poin utama yang menjadi tolak ukur perbandingan dari teori yang lain, yaitu memiliki sebuah tujuan yang jelas dalam menentukan target pencapaian dan memiliki rancangan kegiatan komunikasi yang disusun secara sistematis. Pada teori ini akan diterapkan bagaimana sebuah sistem komunikasi siaran TVRI Sumatera Selatan berjalan dengan sistematis dan mampu mempengaruhi seseorang individu atau pemirsa dalam menyerap dan memahami program siaran yang ditayangkan sehingga melahirkan sebuah pengetahuan baru bagi pemirsa.

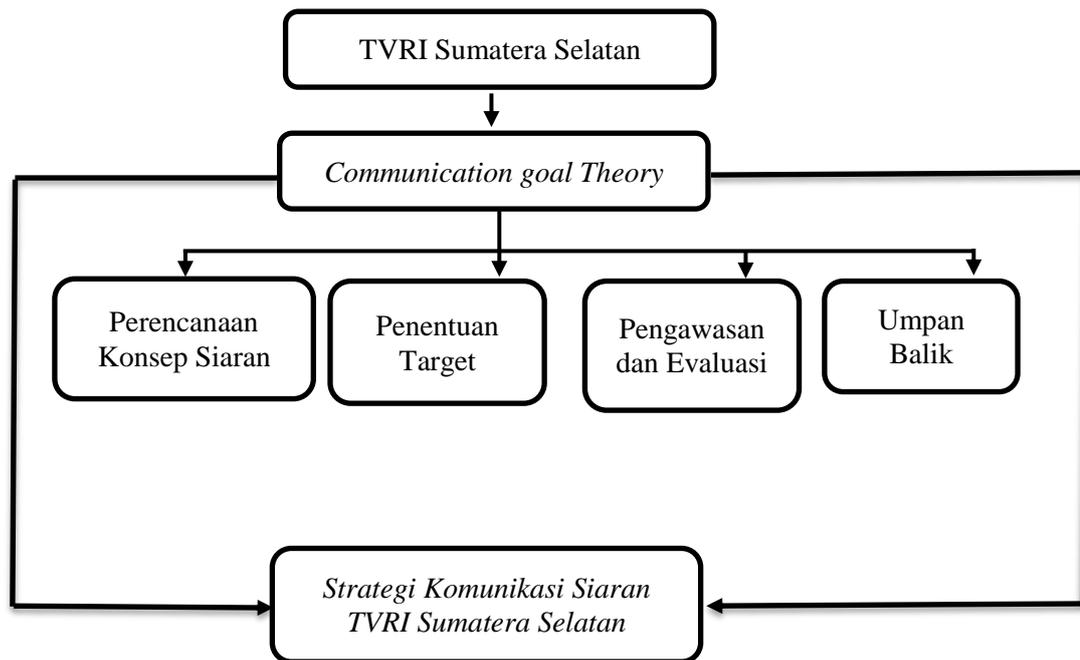
Berikut adalah alur strategi komunikasi berdasarkan buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi karangan Hafied Cangara :



Sumber : Cangara (2013 : 16)

Gambar 2 Bagan Strategi Komunikasi

Dari penjelasan di atas, peneliti mencoba mengaplikasikannya dalam gambar berikut ini.



Sumber: Peneliti 2022

Gambar. 3 Model Alur Kerangka Pemikiran

Dari gambar model pemikiran diatas dapat dipastikan bahwa peneliti akan mempelajari strategi komunikasi siaran dengan menggunakan *Communication goal Thoery* yang digunakan oleh TVRI Sumatera Selatan dalam menyampaikan program siaran mereka kepada masyarakat sebagai televisi publik.

Tahapan pertama ialah menentukan perencanaan konsep dari sebuah mata acara yang akan ditayangkan sehingga penentuan perencanaan ini dimulai dari konsep, jadwal tayang, hingga dapat dinikmati oleh masyarakat. Pada tahapan ini terdapat konsep penentuan program siaran mulai dari program siaran jangka pendek, menengah bahkan jangka panjang. Sehingga dari hasil perencanaan tersebut dapat memberikan informasi serta pengetahuan baru kepada permirsa baik dalam bidang pendidikan dan kebudayaan sesuai dengan TVRI sebagai televisi publik.

Tahapan kedua ialah menentukan target atau segmentasi dari program-program siaran yang telah dirancang sebelumnya. Sehingga sasaran dari program siaran yang akan diproduksi tertuju kepada siapa. TVRI Sumatera Selatan melakukan hal tersebut dengan membagi beberapa segmentasi yakni segmentasi berdasarkan jenis kelamin, usia, status keluarga, dan agama.

Tahapan ketiga ialah pengawasan dan evaluasi untuk menentukan atau mengetahui suatu tujuan dan rencana yang sudah dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, lembaga, departemen dan karyawan. Dalam prosesnya kegiatan evaluasi ini dilakukan secara bertahap mulai dari masing-masing staff yang dilihat kinerjanya selama proses produksi program bahkan manager poduksi dan kepala produksi program yang akan ditinjau seberapa jauh kinerja mereka dari pra produksi hingga produksi. Tidak hanya itu, pengawasan juga harus dilakukan guna melihat hasil kerja yang akan menjadi tolak ukur kedepannya, misalnya melihat, menghitung jumlah serta komposisi para audien (penonton) yang menonton program yang ditayangkan pada saat itu.

Tahapan terakhir ialah adalah melihat umpan balik. Pada tahapan ini peneliti ingin melihat dan mengetahui sejauh manakah umpan balik strategi komunikasi siaran TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik. Apakah ada peningkatan dari data jumlah penonton terhadap tayangan yang ditayangkan.

2. METODE PENELITIAN

Proses penelitian ini di TVRI Sumatera Selatan, Objek pada penelitian ini dilakukan Di Jalan Balap Sepeda Kampus Blok 1 RT 005 / RW 006 Kel. Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat 1, Kota Palembang, Prov. Sumatera Selatan. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif lebih ditujukan untuk memaparkan dengan rinci masalah yang di teliti. Data yang di pakai dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dengan kepala koordinator program dan konten media baru TVRI Sumatera Selatan, hasil wawancara dengan sub. koor. konten media baru TVRI Sumatera Selatan, serta beberapa mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dan masyarakat sekitar dengan menggunakan konsep *Communication goal theory* dari Steve Cartledge.

Penelitian ini menggunakan data primernya berupa observasi di TVRI Sumatera Selatan kepala koordinator program dan konten media baru TVRI Sumatera Selatan, hasil wawancara dengan sub. koor. konten media baru TVRI Sumatera Selatan, serta beberapa mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dan masyarakat sekitar. sedangkan data sekundernya berupa dokumen-dokumen, website-website, serta buku-buku yang berkaitan dengan judul skripsi yang di bahas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka pemikiran berupa teori atau teori diperlukan sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang diangkat oleh peneliti. informasi dari beberapa informan yang di teliti, serta observasi dan juga dokumentasi dan juga melakukan wawancara terhadap beberapa informan, dengan menggunakan teori yang di pakai peneliti yaitu *Communication goal theory*. *Communication goal theory* yang mana teori ini berfokus pada bagaimana suatu kegiatan komunikasi dapat mencapai suatu tujuan. (Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009:154)

Strategi Komunikasi Siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik dalam menjadi televisi yang tetap menyiarkan siaran bertema pendidikan dan kebudayaan. TVRI Sumatera Selatan setiap program-program acaranya lebih umum dan tertuju pada pendidikan serta kebudayaan. Misalnya “Cerdas Cermat atau Dunia Anak” merupakan program pendidikan yang ditayangkan pada pagi hari untuk mengedukasi anak-anak di Sumatera Selatan dan sekitarnya. Ada juga program yang mengangkat kearifan lokal budaya Palembang misalnya Berbalas pantun melalui program “Gayung Bersambut”, Jelajah kearifan setiap daerah di Sumatera Selatan melalui program “Kampungku” dan lain sebagainya. Dengan beberapa program yang ditampilkan memberikan kesan bahwa TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik yang menjunjung tinggi nilai pendidikan dan kebudayaan dalam setiap program acaranya. Dengan begitu banyak perkembangan konten diberbagai media sosial saat ini, membuat tayangan di televisi semakin menurun minat menontonnya. Hal ini diakibatkan oleh tayangan yang ditampilkan televisi kurang memberikan kesan menarik kepada penonton. Sehingga, kepuasan penonton teralihkan ke media baru yang lebih menarik daripada televisi.

Hasil penelitian ini dikaitkan dengan Teori yang digunakan peneliti adalah *Communication goal theory*. Melalui teori yang digunakan peneliti dapat memahami bagaimana strategi komunikasi siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik adalah sebagai berikut;

Menentukan Perencanaan, menurut Waterson mengatakan perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu. Definisi lain dari perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari hal-hal yang akan dikerjakan dimasa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan (Cangara, 2014: 24). Dengan demikian perencanaan merupakan suatu proses pemikiran yang dilakukan secara sadar serta dilakukan secara terus-menerus (kontinu) untuk menentukan tujuan yang akan dicapai.

Perencanaan pun mempunyai suatu kelemahan dalam menjalankannya, kelemahan yang ada pada proses perencanaan terjadi karena; (a) perencanaan merupakan hipotesis yang masih harus dibuktikan kebenarannya, karena perencanaan baru berupa ramalan sehingga tidak dapat dipastikan apakah dapat dilakukan sesuai dengan rencana, (b) memerlukan biaya, waktu, dan tenaga dan, (c)

banyaknya faktor yang bisa menghambat pelaksanaan suatu perencanaan sehingga tujuan yang ingin dicapai kadang tidak terpenuhi secara penuh.

Menentukan target atau segmentasi dari program-program siaran yang telah dirancang sebelumnya. Dalam penerapannya suatu sumber kehidupan media khususnya penyiaran berlandaskan pada audience yang terbagi dalam kategori-kategori. Contohnya kategori menengah ke bawah, menengah ke atas dan regional serta bisa juga dalam kategori jenis kelamin, tingkatan pekerjaan, tingkatan pendidikan dan lainnya. Dengan demikian TVRI Sumatera Selatan dapat mempertahankan eksistensinya dengan menjaga audience agar dapat percaya serta tertarik menonton setiap tayangan program acara yang ada. Sehingga memberikan dampak positif terhadap meningkatnya eksistensi program-program tersebut. Tidak hanya itu, penentuan target dalam membuat program acara menjadi bagian yang juga sangat penting terhadap eksistensi program tersebut di masyarakat. Kemudian setelah target sudah ditentukan maka akan dilakukan kampanye yang bermaksud mempengaruhi khalayak atau masyarakat dalam bersikap, berpikir serta bertindak melalui program acara yang ditampilkan. Menurut Fajar Junaedi dalam bukunya menjelaskan ada tiga tahapan dalam menganalisis khalayak yaitu segmentasi, targeting, dan positioning. (Fajar Junaedi, 2014: 139)

Keberhasilan tertinggi dalam bidang media khususnya media penyiaran ialah bergantung pada kemampuan media dalam memahami khalayaknya. Media penyiaran dalam hal ini TVRI Sumatera Selatan yang dikenal sebagai televisi publik diharapkan mampu memberikan suatu tayangan yang tidak terlepas dari visi dan misi dari LPP TVRI itu sendiri. Sehingga TVRI Sumatera Selatan diharapkan mampu menayangkan program khusus yakni budaya daerah sekitar. Dengan demikian sangat diperlukan penentuan segmentasi audience untuk pencapaian proses selanjutnya.

Pada prinsipnya pemetaan masyarakat yang menjadi sasaran atau target dalam tayangan TVRI Sumatera Selatan ialah berlandaskan geodemografis yang juga gabungan dari demografis dan geografis. Hal ini dikarenakan TVRI Sumatera Selatan merupakan TVRI daerah Provinsi Sumatera Selatan yang sebagian masyarakatnya membutuhkan informasi mengenai daerahnya, meliputi pendidikan, kebudayaan, berita terkini, hiburan dan lain sebagainya. Dengan menggunakan segmentasi ke masyarakat TVRI Sumatera Selatan dapat membaginya berdasarkan karakteristik individu masyarakat. Segmentasi ini juga berlandaskan dari survei dari Nielsen yang merupakan salah satu pedoman TVRI Sumatera Selatan dalam memproduksi suatu mata acara.

Setelah menentukan segmentasi audience sebuah media penyiaran juga harus menentukan target audiennya. Karena hal ini merupakan satu kesatuan terpenting dalam strategi komunikasi baik antar program atau ke masyarakat serta berkaitan dengan adanya kegiatan promosi program dan iklan. Menurut Morissan dalam bukunya mengatakan bahwa Target audience merupakan memilih satu atau beberapa segmen audience yang akan menjadi titik fokus dalam kegiatan-kegiatan promosi suatu program. (Morissan, 2011: 193) Dalam penetapan sebuah mata acara (program) TVRI Sumatera Selatan melakukan pemetaan target dengan menyesuaikan program yang akan ditayangkan. Dengan demikian setiap mata acara (program) terdapat segmen audience tertentu. Hal ini dikarenakan setiap program yang ada menyesuaikan kebutuhan serta ketertarikan dari audiennya

Dari hasil wawancara beberapa narasumber salah satunya kepala koordinator bidang konten dan media baru TVRI Sumatera Selatan menjelaskan bahwa program penyiaran, TVRI Sumatera Selatan sebagian besar me-relay sekitar 92% dari TVRI Nasional. Program-program yang ada di TVRI Sumatera Selatan ini sebagian besar me-relay sekitar 92% dari TVRI Nasional sedangkan sisanya ialah dari program produksi sendiri yang ditayangkan dari pukul 08:00-10:00 WIB dan 16:00-18:00 WIB. Program hasil produksi sendiri lebih mengacu kepada nilai-nilai pendidikan, budaya, serta hiburan menyesuaikan dengan visi dari TVRI itu sendiri. Akan tetapi, untuk penayangan beberapa talkshow pemerintah SUMSEL atau kegiatan lainnya yang ingin ditampilkan melalui TVRI Sumatera Selatan bisa kita tayangkan asal tujuannya untuk pendidikan, dan budaya. Dapat dikatakan kita TVRI Sumatera Selatan lebih kearah kerja sama bukan membeli program". (Candra Irawan, 11 Oktober 2021)

Dengan begitu banyak inovasi program yang terbaru saat ini, tidak menurunkan semangat TVRI Sumatera Selatan untuk ikut berproses dalam perkembangan media melalui program-program

yang senantiasa menerapkan nilai pendidikan, budaya serta hiburan didalamnya. Hal inilah yang menjadi alasan bagi masyarakat minat menonton tayangan TVRI Sumatera Selatan. Kepala sub. koor. konten media baru TVRI Sumatera Selatan mengungkapkan bahwa ada beberapa Strategi yang dilakukan oleh TVRI Sumatera Selatan dalam pengelolaan serta produksi suatu tayangan program, yakni: (1) membuat program siaran acara dengan konten yang lebih menarik serta selalu update melalui media sosial dengan cara promo teaser dari setiap mata acara, (2) melakukan kerjasama dengan beberapa instansi pemerintah Sumatera Selatan terkait pembuatan produksi program. Contohnya Program Suara Sriwijaya (yang menghadirkan beberapa pejabat daerah dalam menyikapi isu-isu yang sedang terjadi di Sumatera Selatan), (3) berkoordinasi bersama tim kreatif dalam proses pembuatan program yang lebih menarik serta inovatif, (4) mengemas sebuah program acara dengan menyesuaikan perkembangan zaman, (5) membuat suatu program acara dengan bervariasi serta mengajak anak muda untuk berkontribusi dalam setiap programnya.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang “Strategi Komunikasi Siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu; strategi komunikasi siaran TVRI Sumatera Selatan sebagai televisi publik menerapkan konsep perencanaan serta perancangan program siaran yang menyesuaikan kebutuhan masyarakat, menentukan target dengan mengelompokkan target program siaran berdasarkan segmentasi usia, jenis kelamin, status keluarga, dan agama, kemudian menyusun serta berkoordinasi bersama sehingga program siaran yang telah dirancang mencapai tujuannya begitupun sebaliknya, selanjutnya penyusunan program siaran dengan membagi jadwal tayang menyesuaikan jadwal yang telah dibagi dari TVRI Nasional serta berdasarkan jenis program yaitu Artistik dan Jurnalistik, serta melakukan pengawasan serta evaluasi program siaran mengetahui hasil dari rancangan sesuai dengan harapan atau memerlukan perbaikan. Sehingga dari hasil pengawasan serta evaluasi tersebut TVRI Sumatera Selatan dapat melihat hasil kerja sebelumnya yang akan menjadi tolak ukur kedepannya seperti melihat, menghitung jumlah, serta komposisi para audience (penonton).

Ucapan Terimakasih

Terimakasih untuk diriku sendiri yang sudah berjuang dan konsisten dalam menyelesaikan skripsi ini, kedua orang tuaku yang aku cintai Ayahku Pauzi Hidir dan Ibuku Rusnaini Yusuf yang selalu mendoakanku, dan adik-adik yang selalu memberi semangat dalam keadaan apapun, guru-guru dan dosen yang telah berjasa dalam mendidik dan mengajarkan ilmunya semenjak saya menduduki bangku SD, SMP, SMA hingga jenjang Perguruan Tinggi, dan seluruh sahabatku seperjuangan Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amirullah, S.E., M.M., (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ardianto, E.L, (2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* Bandung: Rekatama Media.
- Christian S. Tendean, (Jurnal, Vol. II, No. 4, 2013). *Peranan Humas dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Deddy Mulyana, (2001). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosdakarya.
- Drs. Cholid Narbuko dan Drs. H. Abu Achmadi, (2016). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara. Cet, Ke-9.
- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, (2013). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, Jakarta: Kencana.
- Haris Herdiansyah, (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika. Cet, Ke-3.

- Kriyanto, R, (2014). *Teori Public Relations* Perspektif Barat dan Lokal. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kustadi Suhandang, (2014). *Strategi Dakwah*, Bandung: PR Remaja Rosdakarya.
- Morissan, (2011). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, (2010). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Kencana.
- Morissan, (2011) *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*: Jakarta : Kencana.
- Nurudin, (2014). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: rajawali pers.
- Onong Uchjana Effendy, (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S.sos M.Si, (2006). *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prof. Dr. Hamid Darmadi, M.Pd, (2013). *Dimensi-Dimensi Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Bandung : Alfabeta.
- Prof. Drs. H.A.W Widjaja, (2000) *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 – Tahun 2002, *Penyiaran*, (Bandung: Citra Umbara, 2003).
- Rosady Ruslan, (2005). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.