

**STRATEGI BERITA LOKAL PADA PROGRAM PEMBERITAAN  
“KABAR TEMANGGUNG” DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSINYA SEBAGAI TELEVISI LOKAL**

**Skripsi**

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Strata 1 pada  
jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



**DISUSUN OLEH :**

**MAULIDA SEKAR SHINTA DEWI**

**32801900049**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama** : Maulida Sekar Shinta Dewi  
**Nim** : 32801900049  
**Tempat tanggal lahir** : Semarang, 4 Juni 2001  
**Alamat** : Jl. Kalibaru Timur, Semarang Utara

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “ Strategi Berita Lokal pada Program Pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal” adalah hasil pekerjaan saya serta seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan refeensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

**Semarang, Juli 2023**



**Maulida Sekar Shinta Dewi**  
**32801900019**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Strategi Berita Lokal Pada Program Pemberitaan “Kabar Temanggung Dalam Mempertahankan Eksistensinya.  
 Nama : Maulida Sekar Shinta Dewi  
 NIM : 32801900049  
 Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi  
 Dinyatakan sah dan telah lulus dalam ujian skripsi Pendidikan Strata-1

Semarang, 27 Juli 2023

**Penulis**




**Maulida Sekar Shinta Dewi**  
**32801900049**

Dosen Penguji :

1. **Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
**NIK.211115018**

(  )

2. **Mubarok, S.Sos., M.Si**  
**NIK.211108002**

(  )

3. **Dian Marhaeni K, S.Sos., M.Si**  
**NIK.211108001**

(  )

Mengetahui,  
 Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



**Trimannah, S.Sos., M.Si**  
**NIK.211109008**

## MOTTO

“Rezeki tidak melulu perihal uang, memiliki keluarga, hidup tenang, berkecukupan, kesehatan dan kebahagiaan juga merupakan rezeki yang harus selalu disyukuri”

**(Maulida Sekar Shinta Dewi)**



**STRATEGI BERITA LOKAL PADA PROGRAM PEMBERITAAN  
“KABAR TEMANGGUNG” DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSINYA SEBAGAI TELEVISI LOKAL**

**Maulida Sekar Shinta Dewi**

**ABSTRAK**

Kehadiran televisi lokal dianggap efisien dalam masyarakat, dikarenakan tidak semua wilayah dapat terjangkau oleh televisi nasional. Televisi lokal harus menghadapi arus persaingan televisi nasional dan swasta, terkhusus dalam menyampaikan informasi yang dapat membawa berbagai dampak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Temanggung TV menyampaikan informasi melalui “Kabar Temanggung” dalam mempertahankan eksistensinya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan dua informan.

Hasil penelitian menjabarkan strategi program pemberitaan yang memiliki kesesuaian dengan teori ekologi media Dimmick dan Rohtenbuhler dalam upaya media mempertahankan eksistensinya. Strategi yang dilakukan diantaranya analisis target penonton menargetkan masyarakat Temanggung, tampilan format dengan tampilan yang menjadi ciri khas dan menitik beratkan pada *hardnews*, punchline dan cliphanger berupa kalimat menarik dan berita yang akan dijadikan *highlight*, kualitas berita yaitu berupa meningkatkan kualitas berita yang bersifat apa adanya dan tidak memihak. *Live streaming* dilakukan dapat menarik perhatian pemirsa dengan melibatkan emosi penonton. Dan pemanfaatan media baru sebagai penunjang wadah untuk menyiarkan ulang berita melalui youtube dan Instagram. Keterbatasan penelitian ini kurangnya mengeksplor teori yang dapat memperkaya penelitian serta kurangnya menggali lebih dalam mengenai informasi keuangan pada perusahaan yang menjadi objek penelitian, sehingga penelitian kurang maksimal. Peneliti menyarankan Temanggung TV untuk menjaga kualitas berita yang disiarkan dan lebih aktif kembali pada sosial media agar dapat menjalin pendekatan intens kepada target penonton serta berita dapat dibaca lebih banyak orang.

**Kata Kunci ;** *Strategi, program pemberitaan lokal, Temanggung TV*

## **LOCAL NEWS STRATEGY ON THE NEWS PROGRAM "KABAR TEMANGGUNG" IN MAINTAINING ITS EXISTENCE AS LOCAL TELEVISION**

Maulida Sekar Shinta Dewi

### **ABSTRACT**

The presence of local television is considered efficient in society, because not all areas can be captured by national television. Local television must face the competition between national and private television, especially in delivering information that can have various impacts. This research was conducted to find out the strategies used by Temanggung TV to convey information through "Kabar Temanggung" in maintaining its existence. This type of research uses qualitative research with descriptive type. The data collection techniques used were observation, interview and documentation with two informant.

The results of the study describe a news program strategy that has conformity with Dimmick and Rohtenbuhler's media ecology theory in the media's efforts to maintain its existence. The strategies carried out include analyzing the target audience targeting the Temanggung community, format display with a characteristic appearance and emphasizing hardnews, punchline and cliphanger in the form of interesting sentences and news that will be used as highlights, news quality in the form of improving the quality of news that is what it is and impartial. Live streaming is done to attract viewers' attention by involving the emotions of the audience. And the use of new media as a supporting platform for rebroadcasting news through YouTube and Instagram. The limitations of this study are the lack of exploring theories that can enrich research and the lack of digging deeper into financial information on the company that is the object of research, so that the research is less than optimal. Researchers advise Temanggung TV to maintain the quality of the news broadcast and be more active on social media in order to establish an intense approach to the target audience and news can be read by more people.

Keywords; Strategy, local news program, Temanggung TV

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam tidak lupa dipanjatkan kepada junjungan kami Muhammad SAW. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tujuan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat menyelesaikan program strata 1 pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi dengan judul “Strategi Berita Lokal pada Program Pemberitaan Kabar Temanggung dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Televisi Lokal”. Penulis sangat menyadari, bahwa dalam melakukan penyusunan Skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan, dukungan dan nasehat oleh berbagai pihak.

Penulis memahami bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna serta banyak kekurangan. Oleh karenanya kritik dan saran sangat peneliti butuhkan, guna menjadi evaluasi dan perbaikan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Akhir kata, dengan ini penulis berharap penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat dan berguna bagi beberapa pihak.

Dengan rasa syukur yang amat sangat mendalam, dengan telah diselesaikannya, tugas akhir skripsi ini. Maka penulis mempersembahkan kepada:

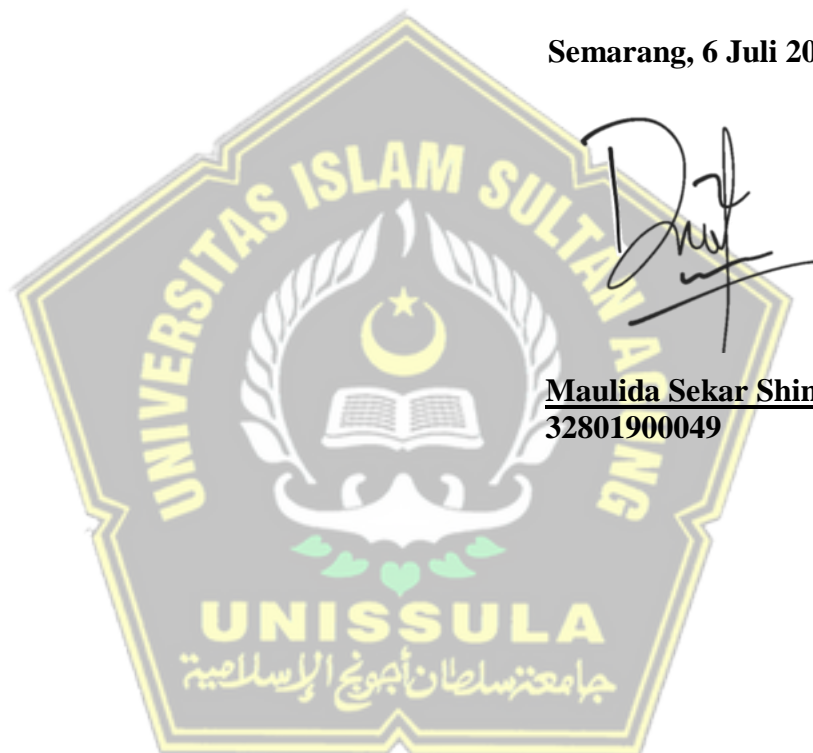
1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, keselamatan, Kesehatan, rezeki, kekuatan, kesabaran dan seluruh pertolonganNya yang tiada habisnya.
2. Ibu dan adik dari penulis yakni Ratna Dewi dan Ananda Syahdan Maulana yang telah senantiasa membantu, mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan baik moril maupun materi, serta memberikan nasehat, juga menjadi penyemangat penulis.

3. Keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, yang telah memberikan semangat, nasehat, saran, dan berbagai bantuan oleh penulis.
4. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen wali atas bimbingan, nasehat serta arahan.
5. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kepala program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak pembelajaran berharga baik secara praktek maupun materi.
6. Ibu Dian Marhaeni K, S.Sos., M.Si selaku Dosen pembimbing I dan Mubarak, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberi arahan, membimbing, saran serta nasehat.
7. Seluruh dosen pengajar dan civitas akademik program studi ilmu komunikasi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.
8. Muhammad Fahrizal Amim, Hafizah Aulia Zakkyiah Lestari, Izdilaf Lailal Muna Hadi, Firanti Fauzul Isna dan Annisa Rahma Afriani. Yang telah menemani perjalanan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi, memberikan dukungan, memberikan bantuan baik moral maupun materi, memberikan kekuatan dan mewarnai hidup penulis sebagai penyemangat. Kehadiran kalian sangatlah berarti bagi penulis.
9. Temanggung TV yang memberikan informasi serta pengalaman luar biasa dan juga Alvina sebagai teman yang menemani penulis dalam melakukan penelitian.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 19 yang senantiasa menemani masa perkuliahan dan berproses bersama dalam menuntut ilmu dengan penulis.
11. Exo, Girls Generation, NCT, aktor dan juga aktris dari drama Korea yang telah menjadi penyemangat, menghibur saat lelah mengerjakan tugas akhir, serta telah menjadi kebahagiaan tersendiri bagi penulis.
12. Bapak Sukma selaku staff tata usaha Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan toleransi, kesempatan dan arahan dengan penuh kesabaran.



13. Seluruh Pihak yang telah terlibat dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Semarang, 6 Juli 2023



Maulida Sekar Shinta Dewi  
32801900049

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	8
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	12
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	13
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	14
<b>Bab I</b> .....	15
<b>Pendahuluan</b> .....	15
1.1. Latar Belakang .....	15
1.2. Rumusan Masalah .....	27
1.3. Tujuan Penelitian.....	28
1.4. Kegunaan Penelitian.....	28
1.4.1. Secara Akademis .....	28
1.4.2. Secara Praktisi .....	28
1.4.3. Secara sosial .....	29
1.5. Kerangka Teori.....	29
1.5.1. Paradigma.....	30
1.5.2. State of The Art.....	31
1.6. Operasional Konsep .....	33
4.2.1. Strategi .....	33
1.6.2. Program Berita .....	34
1.6.3. Eksistensi.....	34
1.6.4. Televisi Lokal.....	34
1.6.5. Strategi Progam Berita .....	35
1.6.6. Era digital .....	36
1.7. Metode Penelitian.....	36
1.7.1. Tipe Penelitian .....	36
1.7.2. Subjek Penelitian .....	37
1.7.3. Jenis Data .....	37
1.7.4. Sumber Data.....	37
1.7.5. Teknik Pengumpulan Data .....	37
1.7.6. Teknik Analisis Data .....	38

1.7.7	Kualitas Data.....	39
<b>BAB II</b>	.....	<b>26</b>
<b>PROFIL TEMANGGUNG TV</b>	.....	<b>26</b>
2.1	Profil Perusahaan.....	26
2.2	Visi dan Misi .....	27
2.2.1	Visi .....	27
2.2.2	Misi .....	27
2.3	Struktur Organisasi.....	28
2.4	Alamat Perusahaan .....	30
2.5	Logo Perusahaan .....	30
2.6	Program Acara Kabar Temanggung .....	31
<b>BAB III</b>	.....	<b>32</b>
<b>HASIL PENELITIAN</b>	.....	<b>32</b>
3.1	Profil Informan Penelitian .....	32
3.2	Hasil Wawancara Narasumber .....	33
3.3	Naskah Pemberitaan .....	55
3.4	Bertambahnya jumlah penonton .....	56
<b>BAB IV</b>	.....	<b>71</b>
<b>PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	.....	<b>71</b>
4.1	Strategi Strategi berita lokal “Kabar Temanggung” .....	72
4.1.1	Target Penonton .....	73
4.1.2	Tampilan Format .....	75
4.1.3	Punchline dan Clip Hanger.....	77
4.1.4	Kualitas Berita.....	79
4.1.5	Live streaming.....	81
4.1.6	Pemanfaatan Teknologi Internet (Media Baru).....	82
4.2	Penerapan Teori Ekologi media .....	83
4.2.1	Isi atau Content.....	84
4.2.2	Audiens .....	86
4.2.3	Capital .....	88
4.3	Kendala kendala yang dihadapi .....	89
<b>4.4</b>	<b>Gambaran Hasil Penelitian</b> .....	<b>90</b>
<b>BAB V</b>	.....	<b>93</b>

<b>PENUTUP</b> .....	93
5.1    Kesimpulan .....	93
5.2    Keterbatasan Penelitian .....	94
5.3    Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	96



**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1</b> Grafik Pertumbuhan Penonton.....	24
<b>Tabel 1.6.6</b> Strategi Temanggung TV.....	33
<b>Tabel 4.1</b> Gambaran Tabel Strategi Berita Lokal.....	90



**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1</b> Youtube Channel News Temanggung TV.....	..22
<b>Gambar 2.5</b> Logo Temanggung TV.....	42
<b>Gambar 3.4</b> Instragram Temanggung TV.....	67
<b>Gambar 3.4.2</b> Viewers Youtube Kabar Temanggung.....	68



**DAFTAR LAMPIRAN**

Teks wawancara dengan inform 1.....	102
Dokumentasi wawancara dengan informan 2.....	117
Dokumentasi pengambilan data.....	118



## **Bab I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada era digital, perkembangan informasi sangatlah tersorot dengan jelas. Dimana perkembangan teknologi diikuti pula oleh perkembangan pemberitaan dalam menyampaikan informasi. Perkembangan media pemberitaan di era digital sangat pesat dan mengalami transformasi yang signifikan. Media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar mulai ditinggalkan oleh masyarakat yang kemudian digantikan oleh media digital seperti situs berita online, aplikasi berita, dan sosial media. Perkembangan ini membuat media pemberitaan semakin mudah diakses serta dapat diterima oleh masyarakat secara real time.

Berbagai dampak positif dengan banyaknya kemudahan - kemudahan yang diberikan oleh masyarakat dalam memperoleh berita yang diinginkan, tentu memiliki dampak negative. Berbagai sarana memperoleh berita, ditambah dengan munculnya media baru yang mempermudah masyarakat mengakses berita, tentu akan menjadi persaingan diantara para media. Media berlomba lomba agar berita yang disiarkan menjadi menarik sehingga diminati oleh para masyarakat. Berbagai persaingan dalam penyampaian berita pun akan penuh dengan persaingan. Sebelum adanya internet, media baru seperti podcast, siaran langsung, dan blog. Masyarakat hanya bergantung dengan siaran Televisi, Radio juga media cetak. Namun setelah kehadiran internet, media seperti Televisi, radio dan media cetak yang kini bukan lagi sebagai sumber utama dalam memperoleh sebuah berita. Televisi, radio dan



juga media cetak semakin memiliki banyak pesaing, yang memaksa mereka untuk turut ikut dalam kemajuan teknologi di era digital ini. Salah satunya yakni industri televisi.

Sebagian besar penyebaran informasi berlangsung dalam internet, tentu industri pertelevisian menghadapi persaingan dengan media media online yang sangat mudah diakses oleh masyarakat. Hal tersebutlah yang menuntut stasiun televisi untuk terus melakukan inovasi, dengan berbagai kreasi dan ciri khas mereka masing masing, baik dalam segi program tayangan maupun dalam media penyiarnya. Stasiun televisi juga terdesak untuk mengikuti perkembangan jaman yang ada, salah satunya yakni dengan menyediakan berbagai akses untuk menonton siaran televisi secara online.

Di era digital ini sudah sering dijumpai berbagai media pemberitaan stasiun tv turut bersaing dengan media online dalam menyampaikan berita. Stasiun televisi akan memutar otak, bagaimana agar berita yang ia sampaikan menjadi diminati oleh banyak orang, serta bagaimana caranya agar media televisi tidak tergerus oleh era digital. Program program pemberitaan yang ada di televisi kini turut serta menuliskan berbagai artikel yang ada di internet.

Guna berita yang disampaikan diminati dan dibaca. Ketua umum asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI), Ishadi SK, dalam seminar jurnalistik dan produksi kreatif program televisi mengatakan bahwa “Empat puluh persen anak muda tidak lagi menonton siaran televisi melalui televisi fisik, akan tetapi melalui gadget mereka”. Oleh karenanya, berbagai stasiun tv turut bersaing dalam

menyiarkan berita di berbagai platform internet yang banyak digunakan oleh masyarakat.

Hasil dari pantauan Nielsen Television Audience Measurement di 11 Kota telah menunjukkan rata rata kepemisaan televisi mulai terjadi peningkatan dalam minggu minggu akhir, dari awalnya rata rata rating 12% pada tanggal 11 Maret 2020 menjadi 13,8% pada tanggal 18 Maret 2020, yang setara dengan panambahan sekitar 1 juta pemirsa televisi. Kemudian mengalami kenaikan kepemisaan televisi yakni pada program berita dengan rating 25% . Hal ini berarti konsumen dapat menghabiskan waktu rata rata 4 jam 54 menit dalam 1 hari untuk menonton televisi.

Disisi lain, konsumen dapat menghabiskan waktu untuk mengkonsumsi internet juga semakin meningkat dalam 3 tahun terakhir dari 2 jam 26 menit per hari, kini menjadi 3 jam 20 menit dalam satu harinya. Hal ini jelas memperlihatkan bahwa digital mulai mengejar televisi, sehingga dapat dipandang sebagai media baru. Seperti yang telah kita ketahui bahwa presentase audience Televisi di Indonesia, di dominasi oleh televisi Swasta. Salah satu Grup Televisi swasta yang dapat menjangkau pemirsa yaitu Grup Media Nusantara Citra (MNC) yang berisi RCTI, MNC TV , GTV dan INews yang dapat menguasai pangsa penonton televisi Indonesia. Menurut data Nielsen, Grup MNC pangsa pemirsa (Audience Share ) sebesar 44,8% pada 2021, tertinggi disbanding grup televsi lainnya. Selanjutnya grup SCM (Surya Citra Media) berada pada peringkat kedua.

Grup SCM yang terdiri dari SCTV dan Indonsiar ini memiliki pangsa pemirsa 27,6%. Kemudian disusul oleh grup Trans Corp yang terdiri dari Trans 7

dan Trans TV dengan pangsa 13,1%. Diikuti grup Viva yang berisi ANTV dan TVOne dengan pangsa 11,9%. Sedangkan stasiun televisi nasional TVRI hanya memiliki pangsa pemirsa 1,4% dan Metro TV dengan pangsa 1,2%. Besarnya pangsa pemirsa pada grup MNC membuat mereka mendapatkan hujan iklan besar. Menurut laporan Nielsen, pada 2021 grup MNC berhasil meraup 48,5% dari total pendapatan iklan televisi Indonesia.

Kehadiran televisi lokal memiliki peran penting dan strategis dalam mengubah keseimbangan fungsi media. Televisi swasta seperti MNCTV dalam mengangkat isu – isu dan berita lokal (Haryati, 2013). Keberadaan televisi local diharapkan dapat menampilkan berita lokal yang beragam dan unik dari masing masing daerah serta informasinya mengenai peristiwa di daerah yang tidak tersentuh oleh media nasional. Ditengah gencarnya era digitalisasi yang telah masuk ke dalam ranah media, serta kebutuhan akan desentralisasi informasi. Kehadiran kehadiran media media televisi lokal di tengah adanya persaingan televisi local serta adanya media baru. Menjadi warna tersendiri dalam kehidupan media saat ini.

Banyaknya kehadiran televisi local yang diharapkan berbagai pihak untuk menjadi salah satu pilihan dalam melihat berbagai persoalan yang ada saat ini untuk mengurangi, menggali, menghimpun dan menampilkannya menjadi tontonan dalam berbagai kemasan program yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat dengan persepektif kearifan local. Televisi local juga diharapkan dapat mengangkat budaya dan kearifan local yang hidup dan berkembang di masyarakat, sehingga dapat membantu proses pembelajaran dan penanaman nilai nilai positif budaya setempat. Televisi local juga banyak diharapkan oleh masyarakat untuk memberikan nuansa

baru dalam mengisi ruang public yang memberikan alternatif pilihan informasi dan hiburan.

Stasiun televisi lokal dituntut untuk peka dalam menyikapi akan kebutuhan tayangan program acara terhadap kebutuhan masyarakat setempat, hal ini sangat penting untuk keberlangsungan hidup stasiun televisi local ke depan. Strategi untuk mewujudkan kepekaan tersebut, yaitu dengan menayangkan berita berita yang dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat local terlebih dahulu. Caranya dengan menyiarkan berita berita yang sedang hangat di perbincangkan.

Dalam pengesahan Undang Undang No 32 tahun 2002 tentang penyiaran, yang merupakan payung hukum secara resmi dalam dunia penyiaran di tanah air, yakni membuka peluang bagi berkembangnya televisi televisi local. Undang undang penyiaran mampu memberikan pengakuan bagi eksistensi Lembaga penyiaran local , baik swasta , komunitas, maupun public, yang secara tidak langsung investasi bisnis di dunia penyiaran pertelevisian daerah turut berkembang dalam menghadapi era digital. Kehadiran kehadiran televisi local yang memiliki konteks daerah, tentunya memiliki makna yang penting dan strategis.

Televisi akan merepresentasikan khasanah budaya local, dengan tingkat keragaman , kekayaan dan keunikan yang dimiliki oleh masing masing daerah. Secara filosofis Undang Undang No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran mengatur tentang ketentuan System Stasiun Berjaringan (SSJ). Sistem stasiun berjaringan memberikan syarat bahwa stasiun televisi yang hendak bersiaran secara nasional harus bermitra dengan televisi local, mengakomodasikan konsep desentralisasi

ekonomi di bidang media dan pengelolaan ranah public berbasis kepentingan komunitas daerah. Esensi dari SSJ sendiri ialah pemenuhan hak masyarakat daerah untuk memperoleh informasi yang diinginkan sekaligus hak menggunakan frekuensi yang memang milik public. Sistem berjaring dipandang lebih efisien dan menguntungkan dari aspek bisnis, disamping itu juga sebagai salah satu amanat dari Undang Undang no 32 Tahun 2002. Dengan melakukan strategi promosi dan marketing bersama , maka daerah juga akan menikmati buah iklan dari industri penyiaran. Apalagi menghadapi era digital yang penuh dengan persaingan bebas, system berjaring dapat mendorong televisi televisi local untuk dapat survive dan berkembang secara sehat.

Media televisi lokal merupakan saluran untuk menumbuhkan perkembangan budaya budaya lokal menjadi asset nasional, dan juga berperan dalam pembentukan identitas identitas kebudayaan local setempat. Baik berupa Lembaga Penyiaran swasta lokal maupun Lembaga Penyiaran Publik Lokal. Dalam segi materi, televisi local dapat menjadi media yang dapat memenuhi segala kebutuhan informasi baik dari segi politik, ekonomi, budaya local dan lain lain. Yang tentu saja tidak terjangkau oleh media televisi swasta nasional. Hal tersebutlah yang seiring menjadi latar belakang pendirian stasiun televisi yang menjunjung kepentingan daerah dalam memberikan ruang untuk mengembangkan budaya dan ciri khas nya.

Namun sangat disayangkan, perkembangan televisi local yang sudah beroperasi dihadapkan dengan berbagai masalah yang bahkan hamper serupa yaitu, mulai dari persoalan manajemen, sumber daya, finansial, hingga ke pendapatan

iklan. Permasalahan demi permasalahan tersebutlah yang kemungkinan berputar pada dunia industri televisi, terutama televisi local. Televisi local masuk ke dalam dunia pertelevisian yang cukup alot untuk saat ini. Yakni bagaimana cara stasiun televisi local dalam mempertahankan eksistensi nya untuk menyampaikan berbagai informasi nya ditengah persaingan yang kian ketat. Tidak dapat dipungkiri, bahwa salah satu sumber pendapatan terbesar bagi keberlangsungan hidup televisi adalah iklan. Iklan bagi televisi local haruslah diperebutkan dengan baik, baik ditingkan pusat maupun daerah. Adanya pemasukan iklan akan sangat berarti bagi televisi local termasuk sponsorship program program televisi local. Semakin mahal nya harga iklan di industri televisi saat ini, menyebabkan tidak lagi kompetitifnya media televisi dibandingkan dengan media lainnya.

Sebagian televisi local akan menghadapi permasalahan program sebagai salah satu kendalanya. Sebuah penelitian dari Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMPB) Yogyakarta , mengungkapkan bahwa televisi local masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan, diantaranya kualitas gambar dan program yang kurang baik dan tidak teratur, program kurang variatif , serta kemasan acaranya kurang menarik. Untuk membantu dalam menarik minat masyarakat dalam menonton program berita Temanggung TV diperlukan adanya sebuah strategi dalam menjaga eksistensinya terhadap program yang dibuat loyalitas pemirsa dalam menyaksikan tayangan televisi dengan strategi yang berkaitan dengan output yang telah dicapai terutama dalam pola pemikiran, metode atau teknik dan kerja.

Strategi yang perlu dilakukan yaitu sesuatu berita yang perlu di observasi Kembali target penontonnya sehingga dapat diketahui calon penonton yang akan ditargetkan. Dan juga format acara yang dalam pembuatannya dituntut untuk memberikan ide ide kreatif yang kan membumbui format acara. Selanjutnya, Punching line yang dirasakan penonton saat mulai jenuh dengan yang telah ditayangkan maka diperukan dengan adanya selingan seperti soft news. Dengan adanya inovasi inovasi tersebut yang dapat menunjang minat masyarakat, maka daripada itulah strategi dalam program acara televisi yang menjadi penentu dalam sebuah keberhasilan program.

Strategi merupakan Tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para penonton di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Strategi pada penelitian yang peneliti angkat ini, merupakan strategi yang dibangun untuk meningkatkan pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” , srategi yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan ketetapan yang telah ditetapkan.

Televisi lokal juga harus dapat menghadapi persaingan dengan televisi televisi nasional yang sudah kuat dengan modal, peralatan dan sumber daya manusianya. Dimana dari data survei AC Nielsen mengenai presentase jumlah pemirsa Televisi lokal dan nasional pada 10 kota besar di Indonesia, menunjukkan bahwa presentase jumlah pemirsa televisi televisi nasional sebesar 97,5%, sedangkan televisi lokal 2,5%. Dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa

jumlah peminatan pada televisi lokal sangat rendah dibandingkan dengan televisi nasional. Rendahnya tingkat peminatan pada televisi lokal persentasenya akan semakin diperparah dengan peminatan televisi lokal yang hanya 2,5% inilah yang juga berusaha dipersebutkan oleh ratusan televisi lokal yang ada di Indonesia. Televisi nasional yang begitu mendominasi kuat, yang akhirnya membuat televisi lokal yang ada di daerah harus membangun berbagai strategi yang tepat agar dapat terus bertahan di era digital saat ini.

Target pemirsa televisi lokal ialah masyarakat lokalnya itu sendiri. Peran dari televisi lokal sendiri adalah untuk melestarikan budaya dan nilai-nilai kearifan lokal. Dengan target pemirsa dan peran yang diberikan tersebut, jika dibandingkan dengan televisi nasional yang terlebih dahulu bersiar, maka pasar televisi lokal sangatlah terbatas. Televisi lokal pada umumnya mempunyai primadona yaitu program bermuatan lokal. Disejumlah sisi, bagaimanapun televisi lokal mempunyai beberapa keunggulan. Konteks lokalitas tersebutlah yang membedakan dengan televisi nasional. Salah satu stasiun televisi lokal yaitu Temanggung TV yang mengangkat konten-konten lokal agar lebih interaktif dengan pemirsanya.

Dengan adanya program acara yang lebih interaktif dengan khalayak sasarannya, Temanggung TV berusaha sebisa mungkin memberikan berbagai konten lokal yang menarik khalayaknya sehingga mudah dijangkau. Temanggung TV yang mulai dibangun pada 2016, adalah stasiun televisi lokal milik Pemerintah Kabupaten Temanggung, yang pengelolaannya berada dibawah koordinasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Temanggung. Sayangnya saluran



Temanggung TV hanya dapat diperoleh seluruh warga yang menggunakan parabola di rumah, dengan melakukan tracking dan setting pada jaringan satelit Telkom Merah Putih. Siaran Temanggung TV di Telkom Merah Putih ada pada polaritas Horizontal (H) dengan Frekuensi 4023 MHz dan Symbol Rate 1600, serta merupakan siaran gratis bagi masyarakat, sehingga bisa ditemukan manual dan kunci *receiver* masing-masing masyarakat.

Temanggung TV lebih terfokus pada penyajian berita peredarannya hanya sebatas wilayah local sekitar, namun tidak mengabaikan berita regional dan nasional. Temanggung TV dapat dilihat oleh semua kalangan, inilah yang sangat diinginkan oleh masyarakat sekitar, karena tidak banyak media yang jangkauan pemberitaannya hanya sebatas satu wilayah sekitar dan memberitakan daerah tertentu saja. Temanggung TV juga terfokus dengan konten lokal yang diberikan, apalagi disiarkan dalam program berita, hal ini dapat menjadi nilai tambahan namun dapat pula menjadi *minus*. Seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan televisi local terus bertambah, akan tetapi semangat membengun lokalitas siaran itu tidak diimbangi daya untuk bertaha. Beberapa stasiun televisi local dalam perjalanannya tidak mampu mempertahankan eksistensinya karena beratnya persaingan dalam industry televisi.

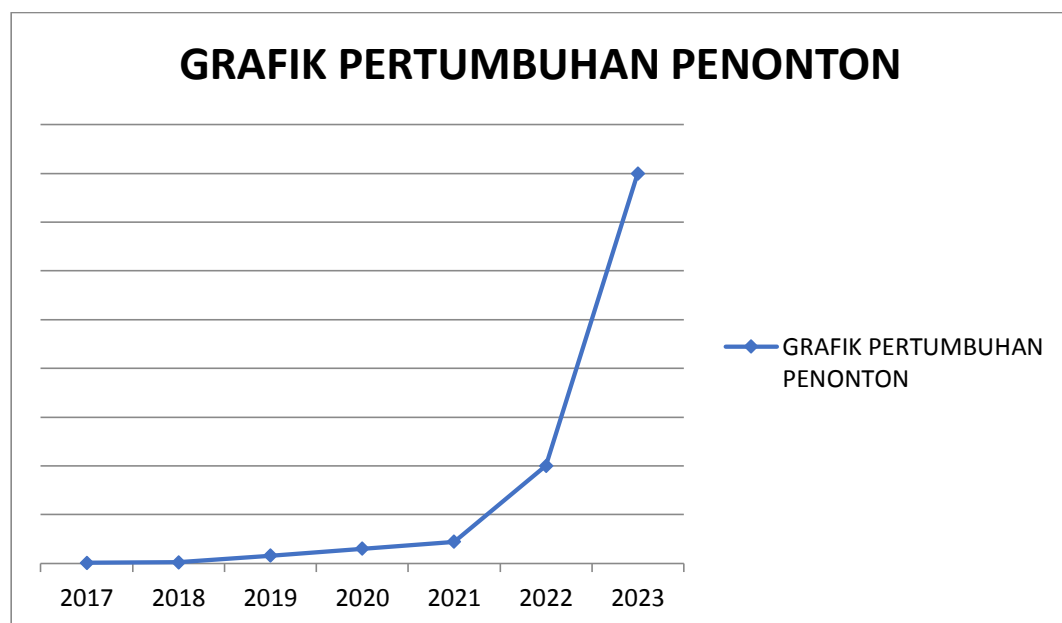


**Gambar 1.1 Youtube channel News Temanggung TV**  
**Sumber : Analisis penulis 2023**

Berikut merupakan kanal youtube dari program pemberitaan Temanggung Tv, yang merupakan salah satu wadah untuk mengetahui eksistensi program pemberitaan dari Temanggung. Sedangkan Temanggung TV merupakan televisi local yang berada dibawah naungan Lembaga Penyiaran Publik Lokal. Hal ini berarti Temanggung TV seluruh anggarannya didanai oleh pemerintah, dan tentu saja program acara pemberitaan yang di danai oleh pemerintah tidak diragukan lagi eksistensinya. Meski begitu, program acara pemberitaan dari Temanggung Tv ini memiliki perkembangan secara signifikan selama satu tahun terakhir semenjak berdirinya Tamanggung TV selama 5 tahun.

Yakni dilihat dari kualitas berita yang diberikan, perkembangan Audio Video visual, bertambahnya jumlah kepermirsaaan dan juga tayangan yang sudah dapat dilihat melalui televisi digital . Untuk mengetahui jumlah penonton, memang benar Temanggung TV belum dapat mengetahuinya secara spesifik. Mengingat bahwa Temanggung TV merupakan Televisi local yang baru merintis, akan tetapi

penambahan jumlah kepermirsaan pada tayangan program pembeitaan yang ada di Temanggung TV dapat dirasakan yakni dilihat dari peningkatan secara signifikan penonton tayangan program pemberitaan temanggung TV melalui kanal Youtube “News Temanggung TV, dan juga program pemberitaan yang disiarkan secara langsung.



**Tabel 1.1 grafik pertumbuhan penonton tayangan ulang Youtube**  
**Sumber : Youtube News TTV**

Dalam grafik pertumbuhan penonton siaran ulang berita dari Temanggung Tv tersebut, yang dapat dideteksi penontonya melalui kanal Youtube milik Temanggung TV dan juga pemirsa warga temanggung yang diketahui menggunakan parabola untuk menyaksikan televisi local dapat dilihat bahwa dalam satu tahun terakhir memiliki jumlah penonton yang meningkat secara signifikan. Hal tersebut hanya baru dapat diketahui jumlah kepermirsaannya melalui Youtube Channel dikarenakan Temanggung TV merupakan televisi local

yang baru berdiri selama lima tahun ini. Meski begitu Temanggung TV yang sedang merintis untuk menjadi tayangan favorite dari warga lokalnya sendiri ini pun tetap melakukan upaya upaya untuk menarik perhatian warga local Temanggung. Jumlah kepermirsaan yang meningkat signifikan inilah yang menjadi pertanyaan bagaimana Strategi program pemberitaan yang dilakukan oleh Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya sehingga mengalami perkembangan.

Bedasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dapat dipandang penting dilakukannya penelitian lebih lanjut tentang “ Strategi Konten Lokal Pada Program Pemberitaan “Kabar Temanggung” Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital” untuk diteliti. Penelitian pada media Temanggung TV sangatlah minim, untuk penelitian berupa skripsi merupakan kali pertama Temanggung TV menjadi media penelitian. Penelitian ini mengenai bagaimana berita local yang disiarkan oleh Temanggung TV untuk mempertahankan eksistensinya dalam program pemberitaan di era digital .

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, serta melihat bagaimana persaingan di dunia industry penyiaran yang sangat berat serta hambatan hambatan yang dihadapi, apalagi bagi televisi lokal, maka yang menjadi focus dari penelitian ini yaitu mengenai Bagaimana Strategi Berita Lokal Pada Program Pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Bedasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi konten lokal pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” yang digunakan oleh Temanggung TV untuk mempertahankan eksistensinya di era digital sebagai televisi lokal.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Secara Akademis**

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, referensi serta literatur dibidang Ilmu Komunikasi khususnya kejournalistikan mengenai strategi yang digunakan pada televisi lokal untuk mempertahankan eksistensinya, serta mengenai ekologi media pada media lokal. Diharapkan juga dapat menambah referensi penelitian selanjutnya yang akan berkaitan dengan penelitian ini.

#### **1.4.2 Secara Praktisi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran maupun pedoman bagi industry media khususnya media lokal ketika akan membentuk sebuah mdia ataupun media yang sudah terbentuk. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan serta masukan untuk dunia industry penyiaran televisi khususnya televisi lokal mengenai bagaimana media lokal dalam mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan media yang ketat.

### 1.4.3 Secara sosial

Secara sosial, penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada public bahwa televisi lokal yang berupaya menampilkan berbagai konten lokal sekitar untuk menarik perhatian pemirsa, sehingga masyarakat tergugah untuk memperhatikan televisi lokal khususnya program acara pemberitaan.

### 1.5 Kerangka Teori

Dalam membahas penelitian tentang Strategi konten lokal pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam mempertahankan eksistensinya di era digital ini, maka dibutuhkan teori yang digunakan untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti. Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori ekologi media, dimana media, teknologi dan proses komunikasi mempengaruhi lingkungan manusia. Kerangka teori merupakan kemampuan peneliti dalam mengaplikasikan pola pikirnya untuk dapat menyusun secara sistematis teori-teori yang mendukung penelitian ini.

Menurut Dimmick dan Rothenbuhler dalam (Haryati, 2011: 4) yang mencoba menganalogikan fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses ekologis. Dimana dalam pandangannya Kompetisi yang dilakukan oleh media dapat digambarkan bagaikan makhluk hidup yang sedang mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungannya. Bagaimana sebuah media dapat bertahan dengan mampu mencari, mendapatkan dan merebut sumber makanan yang tersedia dari lingkungan tersebut, makanan yang dimaksud ialah kebutuhan media. Jika sumber makanan yang ada di lingkungan tersebut terbatas, sementara media

menggantungkan hidupnya kepada sumber makanan tersebut, maka semakin ketatnya faktor kompetisi.

Dimmick dan Rohtenbuhler juga menambahkan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, sebuah media memerlukan adanya penunjang hidup. Menurutnya terdapat tiga hal yang dapat menjadi sumber daya dari penunjang hidup media yakni ada capital yang berarti struktur permodalan atau pemasuka dari iklan, kemudian types of content yaitu jenis isi media dan juga types of audience yakni jenis khalayak sasarnya atau target market yang telah ditentukan.

Ekologi media tentu saja berkenaan dengan adanya hubungan timbal balik antara media massa dan lingkungan penunjangnya. Melihat bagaimana media dapat berinteraksi dengan lingkungannya. Kondisi tersebut sama halnya dengan kondisi makhluk hidup dengan lingkungan tempat hidupnya tinggal. Dalam adanya proses interaksi ini memungkinkan terjadinya kompetisi untuk mempertahankan kehidupannya.

### **1.5.1 Paradigma**

Paradigma adalah cara pandang atau pola pikir yang kan digunakan pada suatu realitas di dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Yang mana menurut Neuman, paradigma konstruktivisme ini adalah cara untuk dapat memahami dan menjelaskan Tindakan sosial yang berkaitan dengan yang ada di lapangan ( Neuman, 2015:115)

Paradigma konstruktivis adalah paradig yang hampir antithesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigm ini menyatakan bahwa identitas benda dihasilkan dari bagaimana membarakan tentang objek, Bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan konsep yang kita miliki dan car acara bagaimana kelompok sosial dapat menyesuaikan diri pada pengalaman umum mereka. Paradigma ini menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relative. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme yakni penafsiran yang terbagi atas tiga jenis, yakni interaksi simbolik, fenomenologis, dan juga hermeneutic. Paradigma konstruktivisme ini merupakan sebuah kritik terhadap paradig positivis. Pada paradig konstruktivisme ini, realitas yang diamati oleh seseorang tidaklah dapat digeneralisasikan padda setiap orang, seperti yang dilakukan oleh positivis.

### 1.5.2 State of The Art

No	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian
1	Agustin Resli Lestari, Umar Basuki, dan Yanus Purwansyah	2022	Analisis Peran Asisten Produser Di Temanggung TV Menggunakan Role Theory.



2	Novia Azalea Wahyuni	2018	Strategi Sriwijaya TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal.
3	La Irwan	2021	Strategi Molluca TV dalam Mempertahankan Eksistensinya.

Dari penelitian terdahulu tersebut, tentu penelitian ini memiliki penelitian terbaru dan memiliki beberapa perbedaan juga persamaan dari penelitian terdahulu tersebut. Penelitian dari Agustin Resli Lestari, Umar basuki dan Ynus Purwansyah dengan judul “Analisis Peran Asisten Produser di Temanggung tv menggunakan Role Teori”. Peersamaan dari penelitian ini adalah sama sama memiliki objek yang subjek penelitian yang sama yaitu Temanggung Tv, sementara perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yakni penelitian tersebut memiliki focus penelitian pada analisis peran dari asisten produser sedangkan penelitian ini memiliki focus pada strategi berita local program pemberitaan yang ditayangkan oleh Temanggung Tv.

Kemudian persamaann dari penelitian yang dilakukan oleh Novia Azalea (2018) degan judul “Strategi Srwijaya TV dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Televisi Lokal” dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang Strategi yang dilakukan oleh televisi local dalam meempertahankan eksistensinya. Sedangkan perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah subjek penelitian yang berbeda, dimana penlitian tersebut memiliki subjek Sriwijaya TV

sedangkan penelitian ini memiliki subjek tentang TV dan juga perbedaan yang terdapat pada fokus penelitian. Fokus penelitian tersebut bersifat general yakni bersifat umum, sedangkan penelitian ini memiliki fokus penelitian yang lebih spesifik yaitu tentang program pemberitaan.

Persamaan penelitian dari La Irwan (2021) dengan judul penelitian “Strategi Molucca TV dalam mempertahankan eksistensinya” dengan penelitian ini adalah memiliki kesamaan meneliti tentang strategi yang dilakukan oleh stasiun televisi dalam mempertahankan eksistensinya. Sedangkan perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian, sama halnya dengan penelitian sebelumnya, fokus penelitian dari La Irwan ini bersifat general atau secara umum membahas strategi yang dilakukan stasiun televisi, sedangkan penelitian ini lebih memiliki fokus penelitian secara spesifik, yaitu membahas tentang strategi pemberitaan yang dilakukan oleh stasiun televisi.

## **1.6 Operasional Konsep**

### **1.6.1 Strategi**

Strategi dalam berkomunikasi harus didukung oleh teori yang berhubungan dengan strategi dalam berkomunikasi. Sebab teori merupakan sebuah pengetahuan yang diperoleh berdasarkan pengalaman dan sudah diuji kebenarannya. Demikian juga strategi dalam komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi ini dapat menunjukkan cara operasionalnya yang secara praktis untuk dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan yang digunakan dapat sewaktu waktu berubah tergantung pada situasi dan kondisi. (Riski, 2019).

### 1.6.2 Program Berita

Menurut M.Neal & Suzane mengatakan dalam bukunya *News Reporting & Writing*. Menyebutkan bahwasanya berita adalah laporan dari peristiwa yang sudah terjadi yang melingkupi kecenderungan, kondisi, situasi dan interpretasi dari suatu peristiwa.

### 1.6.3 Eksistensi

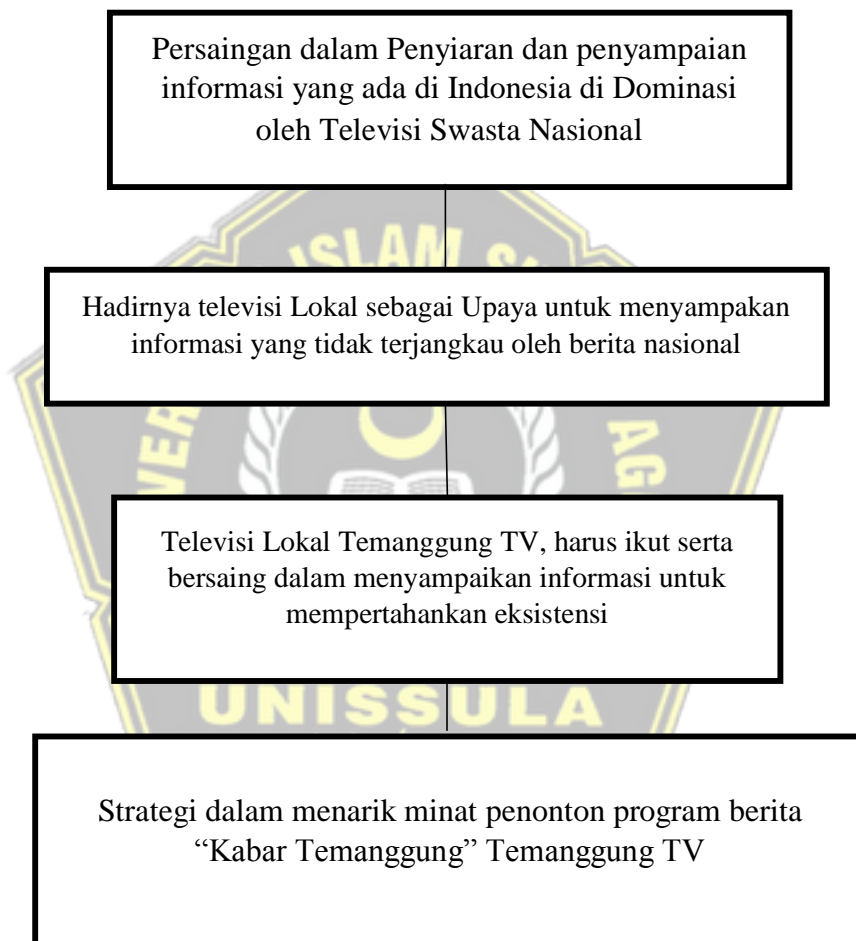
Eksistensi pada umumnya dikenal sebagai keberadaan, dimana setiap keberadaan tersebut dibutuhkan adanya pengakuan dari orang lain. Karena dengan adanya pengakuan dari orang lain merupakan adanya bentuk respon yang diberikan oleh lingkungan yang berarti menggambarkan bahwa seseorang itu ada dan diakui. Menurut Sjaifirah dan Prasanti eksistensi berarti ada, timbul dan keberadaan yang mempunyai penilaian terhadap ada ataupun tidaknya keberadaan dari seseorang, karena dengan adanya respon yang diberikan oleh lingkungan sekitar berarti menggambarkan seseorang itu ada dan diketahui (Nia, 2021)

### 1.6.4 Televisi Lokal

Televisi lokal merupakan stasiun siaran yang jangkauan siarannya memuat tentang berita berita lokal yang hanya wilayah peredarannya sekitar daerah saja. Hal ini dikarenakan terfokuskan pada berita berita pada suatu kejadian, peristiwa dan tokoh tokoh pelaku masyarakat setempat mengenai kelokalan dan identitas dari suatu daerah. Televisi lokal adalah stasiun penyiaran berdasarkan wilayahnya dengan cakupan siaran terkecil yaitu satu wilayah kota atau kabupaten menurut (wahyuni, 2018)

### 1.6.5 Strategi Progam Berita

Berikut merupakan gambaran mengapa diperlukannya strategi penyiaran dalam menarik minat penonton untuk dapat mempertahankan eksistensinya hingga saat ini dalam penyampaian informasi.



**Tabel 1.6.5 Strategi Temanggung TV**  
**Sumber : Analisis penulis 2023**

### **1.6.6 Era digital**

Era digital adalah Dimana dapat terlihat pada saat ini, teknologi yang menjadi pusat perhatian yang semakin berkembang pesat juga canggih. Era digital yakni suatu era yang kondisi perkembangan dan kemajuannya dalam kehidupan yang serba digital. Sebagian masyarakat pada era digital ini menggunakan system system digital dalam menjalani kehidupan sehari harinya yang mana awal mulanya kehidupan analog menjadi serba digital atau menggunakan teknologi, hal ini dapat disebut dengan disebut dengan era digital (Rahayu, 2019)

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut (Bogdan dan Taylor, 1975 dalam buku Meleong 2004: 3), pendekatan kualitatif diadakan sebagai prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata kata atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif ini berupa gambar, kata kata dan bukan angka angka.

Dengan begitu pendekatan kualitatif akan dipandang tepat karena penelitian ini didapat dari fenomena yang ada di lapangan melalui pengumpulan data. Metode kualitatif inilah yang menjadikan peneliti sebagai instrument utama penelitian, dimana penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara peneliti.

### **1.7.1 Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini Televisi lokal Temanggung TV, serta objek dari penelitian ini yaitu konten lokal yang disiarkan pada program pemberitaan “Kabar Temanggung”.

### **1.7.2 Jenis Data**

Jenis data dari penelitian ini berupa teks wawancara yang dilakukan oleh narasumber terkait, yaitu karyawan divisi News/pemberitaan Temanggung TV.

### **1.7.3 Sumber Data**

#### **1.7.3.1 Data Primer**

Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui informan. Sumber data primer yang dimaksudkan dalam penelitian ini terdiri dari hasil wawancara mendalam dengan informan melalui wawancara dan hasil pengamatan yang dilakukan sendiri oleh peneliti.

#### **1.7.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang bersumber dari pihak lain ataupun melalui perantara. Adapun sumber data sekunder dari penelitian ini yaitu dari berbagai jurnal, website dari Temanggung TV, catatan, laporan historis arsip ataupun dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan dilakukannya observasi. Observasi yaitu Teknik dalam pengumpulan data melalui pengamatan

yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti. Observasi yang dilakukan ialah kunjungan secara langsung ketempat penelitian, dengan mengamati media yang diteliti. Peneliti juga melakukan observasi partisipan yaitu peneliti mengambil peran dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diteliti (Ardianto,2011:180).

Setelah dilakukannya observasi, Teknik pengumpulan data lainnya yakni wawancara. Wawancara adalah pengumpulan sumber sumber informasi yang didapatkan secara langsung dari informan tentang masalah yang sedang diteliti. Dengan dilakukannya wawancara, peneliti akan menggali dan mengumpulkan seluruh sumber data dari wawancara yang telah didapatkan untuk kemudian diteliti. Selanjutnya juga dilakukannya dokumentasi yakni dilakukan dengan cara pengamatan berkas atau data perusahaan sebagai acuan dari hasil penelitian, seperti surat, laporan ataupun foto – foto dan lain sebagainya.

#### **1.7.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan bagian yang penting dalam metode ilmiah, karena dengan menganalisis, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah didalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yakni bentuk penelitian yang difokuskan untuk melukiskan fenomena fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Jenis penelitian menggunakan analisis deskriptif ini digunakan untuk membuat deskripsi secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta fakta dan sifat sifat objek tertentu. Penelitian ini juga menggambarkan realitas yang terjadi

tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel. Penelitian ini melalui beberapa tahap, berikut tahapan penelitiannya, yang pertama tahapan persiapan, kemudian tahapan pengerjaan lapangan, selanjutnya tahapan analisis data.

#### **1.7.6 Kualitas Data**

Kualitas data penelitian kualitatif ini menggunakan paradigma Konstruktivisme, yang diperoleh melalui analisis kredibilitas dan otensitas dari realitas yang dihayati oleh para perilaku sosial. Paradigma inilah yang dipandang tepat dikarenakan karakteristiknya yang sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk memahami kejadian atau suatu peristiwa sosial. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan interaksi dengan salah satu karyawan Temanggung TV pada divisi News/pemberitaan dan kepala bidang divisi pemberitaan/news sebagai informan yang dapat memberikan informasi terhadap tema penelitian ini. Peneliti melakukan pengabsahan data dengan menyesuaikan dan menganalisis jawaban dari informan kunci. Untuk menguji kredibilitas penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan dilakukannya pengecekan data dengan sumber informan.



## BAB II

### PROFIL TEMANGGUNG TV

#### 2.1 Profil Perusahaan

Temanggung TV yang mulai dibangun pada 2016, adalah stasiun televisi local milik Pemerintah Kabupaten Temanggung, yang pengelolaannya berada dibawah koordinasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Temanggung. Didirikannya Temanggung TV merupakan wujud kepedulian pemerintah Kabupaten Temanggung terhadap penyampaian informasi kepada masyarakat, dan untuk mengoptimalkan usaha promosi potensi daerah. Temanggung TV hadir bukan untuk kepentingan satu golongan saja, namun untuk menjadi jembatan kebutuhan informasi, komunikasi dan interaksi seluruh masyarakat. Informasi utama yang disajikan Temanggung TV pada masyarakat adalah informasi mengenai pemerintahan, pembangunan, pendidikan, pariwisata, kemasyarakatan dan hiburan yang berasal dari seluruh wilayah Kabupaten Temanggung.

Saluran Temanggung TV dapat diperoleh seluruh warga yang menggunakan parabola di rumah, dengan melakukan *tracking* dan *setting* pada jaringan satelit Telkom Merah Putih. Siaran Temanggung TV di Telkom Merah Putih ada pada polaritas Horizontal (H) dengan Frekuensi 4023 MHz dan Symbol Rate 1600, serta merupakan siaran gratis bagi masyarakat, sehingga bisa ditemukan manual dan kunci *receiver* masing-masing masyarakat. Dengan didukung teknologi mutakhir dan tim yang solid, program-program Temanggung TV sudah mengudara sejak 1 November 2017 dan dilanjutkan dengan seremoni Grand Launching pada 10 November 2017 yang dihadiri 500 undangan dari berbagai lapisan masyarakat.

Temanggung TV memiliki dua divisi yaitu divisi *news* atau berita dan entertaint atau biasa disebut dengan program. Pada bab ini, penulis selama dua bulan mendapatkan tugas di bagian siaran berita/*news*. Divisi *News* dalam sebuah stasiun televisi merupakan bagian atau divisi yang tergolong penting karena program-program *news* atau berita merupakan program penting yang “wajib” dimiliki stasiun televisi jika stasiun televisi tersebut tidak memiliki segmentasi khusus (format berita).

## **2.2 Visi dan Misi**

### **2.2.1 Visi**

Temanggung TV hadir di tengah-tengah masyarakat dengan menjadi televisi lokal terdepan yang memberikan paradigma baru dalam berfikir dan berperilaku, yang bertujuan memajukan daerah dan masyarakat untuk pengembangan aspek politik, ekonomi, dan sosial budaya.

### **2.2.2 Misi**

1. Mengedepankan program-program yang berkualitas, informasi aktual, faktual dan berimbang dan sebagai sarana mendidik masyarakat untuk lebih meningkatkan keadilan dan kesejahteraan.
2. Menyusun dan menayangkan program-program yang dapat mempersatukan seni dan budaya, baik local maupun regional; yang diharapkan mampu membangkitkan semangat potensi pariwisata seni dan budaya local serta upaya pelestariannya.

3. Selalu meningkatkan kedekatan dengan pemirsa dan mitra usaha dengan berpegang pada prinsip customer satisfaction.

### 2.3 Struktur Organisasi

Dewan Pengawas : 1) Andrie Arfianto.SE, MT

2) Kausar Asovia, S.H

3) Hamidullah Ibda, M.Pd

Pimpinan Temanggung TV : (Plt) Hamidullah ibda

Kepala Bidang Pemberitaan : Rizal

Kepala Bidang Program : Surjo Pranoto

Administrasi : Achmad Rustam Afandi

Marketing : Puput Desita Sari

Produser : Tegar Aldrian Rosdianto

Penyiar : 1) Cantik Istya Karmana

2) Hanna Putri Ardiyana

3) Mega Aprilia

Reporter : Rahardian Setiawan

Kameramen : 1) Tomi Adi Nugroho

2) Arfiat Alfat



3) Adhitiyo Prusika Argo

4) Gondang Suryo Agung

5) Sakroni

6) M. Faris Hidayatullah

7) Seneng

Teknisi Audio : 1) Dona Stefianto

2) Heryusna Yodha

Editor : 1) Novanda Yodhy Pratama

2) Yogi Hendriawan

3) M. Fata Anggawa Ni'am

4) Rahmad Agung Dwi Santoso

Desain Grafis : Deny Prananda

Operator Control Room : 1) Syafrizal

2) Faiz Syauqy

3) M. Fatchan Fathoni

4) Prahastomo Indra Permana

Make Up Artist : Muchammad Nafis Sidiq

Keamanan : 1) Ismail



2) Abdau Bangkit Pamungkas

3) Ibrahim Ashar

4) Febri Sipyani

Kebersihan : 1) Yohanes Hasto Surono

2) Joko Tri Karsono

#### 2.4 Alamat Perusahaan

Lembaga Penyiaran Publik Lokal Temanggung TV, Jl. S. Kadar Maron  
No.21, Kedungumpul, Kandangan, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah.

#### 2.5 Logo Perusahaan



**Gambar 2.1 Logo Temanggung TV**  
Sumber : Temanggung TV

Logo Temanggung TV dapat dilihat secara kasat mata seperti sebuah gambar gunung, logo Temanggung TV digambarkan dengan simbol dan perbukitan, dimana menggambarkan kondisi secara geografis kabupaten Temanggung yang berada didaerah perbukitan serta diapit oleh gunung, yakni

gunung Sindoro dan gunung Sumbing. Sedangkan warna merah pada simbol dan putih pada tulisan temanggung sendiri berarti mengikuti warna bendera negara, yaitu Indonesia.

## 2.6 Program Acara Kabar Temanggung

Program acara di Temanggung TV terdapat 33 dengan berbagai jenis. Salah satunya yakni program acara informasi dan pemberitaan Kabar Temanggung yang ada semenjak Temanggung TV didirikan.

Adapun berikut ini merupakan program berita unggulan dari Temanggung TV :

Program acara berita Kabar Temanggung dan Kabar Temanggung Sepekan (yakni rangkuman berita yang disiarkan seminggu sekali).

- Nama Program : Kabar Temanggung.
- Jenis : Berita ( Hard News dan Soft News)
- Sifat : Informasi
- Setting : Indoor (dalam ruangan studio Temanggung TV)
- Durasi : Kabar Temanggung (30 Menit, dengan 3 segmen)  
Kabar Temanggung Sepekan (60 menit dengan 6 segmen)

Memberikan informasi dan berita dari berbagai bidang, mulai dari peristiwa, politik, hukum, sosial, budaya, ekonomi dan olah raga. Dengan dipandu oleh presenter dengan bergaya formal, yang dapat menemani waktu saat pulang kerja, yang dapat dijadikan sumber referensi.

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang dilakukan dengan meenyajikan hasil data penelitian mengenai kajian strategi berita local pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara kualitatif bedasarkan dengan kajian pustaka , observasi, serta wawancara terhadap informan. Penelitian ini sendiri dilakukan bedasarkan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk meengetahui strategi yang dilakukan oleh Temanggung Tv pada program pemberitan dalam meempertahankan eksistensinya juga menarik minat permirsa untuk menonton tayangan berita.

Peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian yang sudah dikumpulkan dari informan yang ditemui. Data data yang ditemukan berbentuk hasil wawancara mendalam kepada informan. Informan yang ditemui yaitu Kepala Bidang Pemberitaan atau News dari Temanggung TV. Wawancara ini dilakukan pada Kamis 11 Mei 2023 .

#### **3.1 Profil Informan Penelitian**

Berikut adalah infoman yang diwancarai dalam penelitian ini :

##### **Informan 1**

Nama : Rizal

Divisi : *News* / Pemberitaan

Jabatan : Kepala bidang News / Pemberitaan

Hari/Tanggal : Kamis 11 Mei 2023

Media : Secara langsung

### **Informan 2**

Nama : Seneng

Divisi : News/Pemberitaan

Jabatan : Wartawan / Jurnalis

Hari /Tanggal : 7 Juli 2023

Media : Whatsapp

### **3.2 Hasil Wawancara Narasumber**

Bedasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, berikut merupakan hasil waawancara dengan informan, dimana dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji inovasi apa sajakah yang dilakukan Temanggung TV, gambaran strategi yang dilakukan, perubahan apakah yang dilakukan untuk menarik minat permirsa, hingga cara baru dalam memproduksi apa yang membuat program pemberitaan Temanggung Tv dapat meningkatkan dan mempengaruhi minat penonton.



Menurut pemaparan infoman yaitu Rizal (Kepala Bidang News/Pemberitaan) menjelaskan berapa dasar persiapan yang dilakukan saat membuat sebuah berita agar diminati sebagai berikut :

“Temanggung TV merupakan stasiun televisi yang berada dibawah naungan Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang ada di Temanggung. Temanggung TV televisi lokal yang dapat dikatakan masih baru karena baru mengudara selama 5 tahun semenjak 2017. Oleh karenanya, kami masih merintis untuk semakin menggaet banyak lagi permirsa. Untuk persiapan yang dilakukan dalam membuat sebuah berita yaitu tentu, selama satu tahun ini kami berupaya sangat keras untuk memperbaiki kualitas dari berita yang ada di Temanggung TV. Dan alhamdulillah terbukti di satu tahun terakhir ini Temanggung tv mengalami banyak peningkatan. Persiapan yang dasar sebenarnya ialah mencari berita, ketika sudah meendapatkan sebuah berita maka dikemas sedemikian mungkin. Meski kamu dalam naungan lembaga pemerintahan, untuk urusan berita kami bersifat netral karena ingin membangun kepercayaan terhadap masyarakat lokal sebagai target kepermirsaan dari Temanggung Tv”

Kesiapan dalam mencari berita tentu tak lepas dari strategi strategi bagaimana para wartawan serta jurnalis mencari, mengolah kemudian mengemasnya sehingga menjadi berita yang diminati oleh permirsa. Kemudian informan Rizal (Kepala Bidang News / Pemberitaan) memberikan gambaran kecil strategi program pemberitaan “Kabar Temanggung” yang dilakukan oleh Temanggung TV sebagaai berikut :

“Terkait dengan Kabar Temanggung, kita lebih menggunakan strategi jitu dalam mencari berita, yakni dengan memantau update perkembangan isu terkini, jadi selain para wartawan memantau perkembangan perkembangan isu, mereka juga bekerja keluar mencari cari, jadi mereka lebih jarang dikantor. Kemudian memiliki *public interest*, yaitu menilai. Contoh dari prestasi masyarakat kemudian prestasi pemerintahan, liputan kuliner, juga wisata yang baru dan lain sebagainya. Informan dari masyarakat pun juga sering kami terima, misalnya ada musibah, masyarakat juga biasanya langsung menghubungi kami, yang namanya musibah kita kan tidak akan pernah tahu kapan, masyarakat begitu tau langsung menghubungi kami, agar berita segera diliput dan disebar luaskan. Kemudian selain itu strategi selanjutnya yaitu dengan melalui pantauan social media, sejauh ini kami masih merintis, untuk mengetahui rating kita masih memanfaatkan social media salah satunya youtube. Dengan social media, kami bisa mengetahui secara pasti tingkat kenaikan peminat dan penonton dari program pemberitaan kabar Temanggung”.

Jurnalis dari Temanggung TV juga menambahkan perihal strategi yang dilakukan oleh Temanggung TV dalam menggaet para penonton. Berikut yang strategi yang dilakukan :

“Untuk menarik para penonton tentu dilakukannya berbagai strategi, salah satunya yakni dalam memperluas jaringan berita. Meskipun tv daerah di kabupaten Temanggung, kami juga menyajikan berita disepertar Jawa Tengah dan juga telah bekerja sama dengan dinas Kominfo province Jawa Tengah, terkait berita seputar Jawa Tengah. Selain itu kami juga berusaha mencakup berbagai topik dan isu,

termasuk budaya, hukum, lingkungan dan lainnya. Tidak lupa pemanfaatan platform Youtube Channel untuk menggaet khalayak lebih luas, serta memberlakukan *netizen journalist* yang memungkinkan masyarakat mengirim beritanya.”

Dengan strategi yang telah dijabarkan oleh kepala bidang pemberitaan Temanggung TV dan jurnalisnya tersebut, tentu tidak luput dari adanya sebuah ataupun banyaknya perubahan. Karena dengan adanya strategi, dapat dikatakan berhasil atau tidaknya, apabila adanya perubahan dan kesesuaian target yang telah ditentukan sebelumnya. Sesuai dengan strategi yang telah dijabarkan diatas, perlu dipertanyakan kehasilannya.

Kepala bidang program pemberitaan Temanggung Tv menambahkan “Tentu saja , bilamana ada sebuah kesuksesan ataupun keberhasilan, tentu akan dipertanyakan apa strateginya dan apakah itu berhasil atau tidak, selama satu tahun ini kami merasakan adanya tingkat kenaikan penonton yakni sesuai dengan saya katakan tadi, meski kami hanya mengetahui jumlah kepermirsaan program pemberitaan kami melalui social media dan kanal Youtube untuk saat ini , tapi hal tersebut sangat ada perubahan signifikan, dilihat strategi strategi yang sudah saya jelaskan sebelumnya. Kami telah dikatakan megalami perubahan yang signifikan dari tahun 2022 hingga pada saat ini.”

Kemudian Rizal kepala bidang program pemberitaan Temanggung menambahkan: “Strategi yang dapat dikatakan sangat berhasil sejauh ini yaitu dengan melakukan siaran langsung. Biasanya di Kabupaten Temanggung ini diadakan acara seni

daerah atau ada event event itu selalu ada ya, lalu kami melakukan siaran langsung, dan itu dapat meningkatkan jumlah kepermirsaan pada program pemberitaan. Contohnya saja kemarin, kami ada sholawat Bersama gus Baha, itu penonton sampe puluhan ribu menyaksikan live kami. Dan tanyangan live tersebut termasuk dalam program pemberitan kami juga.”

Jurnalis dari divisi program pemberitaan juga menambahkan informasi yakni “Peningkatan pada satu tahun terakhir yakni Temanggung TV telah berhasil masuk kedalam channel TV digital. Tentunya hal tersebut ada peningkatan penambahan penonton dari stasiun TV digital dan channel youtube.”

Perubahan perubahan yang telah dijabarkan oleh infoman tersebut terjadi dikarenakan adanya strategi yang telah dilakukan. Strategi strategi itulah yang digunakan oleh Temanggung TV dalam satu tahun terakhir sehingga memperoleh hasil perubahan jumlah kepermirsaan pada Temanggung TV. Kemudian informan juga menambahkan bahwa ada sedikit gambaran bagaimana strategi dari Temanggung TV ini juga berjalan dengan bantuan masyarakat lokal itu sendiri. Sehingga dapat dikatakan bahwa dari masyarakat lokal dan untuk masyarakat lokal Temanggung.

“Program pemberitaan TV dari Televisi lokal Temanggung TV itu pasti ada penonton fanatik. Kami memiliki strategi program pemberitaan dengan memberi tahukan kepada masyarakat terkhusus pada masyarakat Temanggung, untuk memberikan undangan ataupun informasi yang ingin diliput. Contoh sekolah memiliki banyak prestasi dan menjadi sekolah penggerak, mereka memberikan

informasi kepada Temanggung TV, bahwa sekolah mereka telah meraih banyak prestasi tingkat provinsi sehingga ingin diliput, ketika kami memperoleh undangan tidak langsung kita acc untuk diliput, kami seleksi terlebih dahulu, karena memang setiap harinya kami memperoleh banyak informasi dari masyarakat lokal itu sendiri.”

Penerimaan undangan untuk diberitakan tidak semata mata langsung diterima oleh Temanggung TV, berikut kepala bidang pemberitaan menambahkan:

“Kemudian, perlu disaring dan tidak hanya mengandalkan berita undangan dari masyarakat saja. Seperti yang telah saya katakan sebelumnya, kami para kru pemberitaan dan juga wartawan berusaha menggali info terkini. Sehingga pemberitaan Temanggung TV ini pun menjadi memiliki penonton fanatic dikarenakan orang terdekatnya lah yang sedang diliput, apalagi diliput dengan berita yang membanggakan. Sehingga masyarakat sendiri pun memiliki rasa bangga telah orang terdekatnya maupun dirinya sendiri telah diliput dan masuk ke dalam program pemberitaan televisi”

Seperti yang telah dijelaskan oleh informan dalam penelitian ini, bahwa memberikan informasi kepada masyarakat Temanggung untuk tidak segan dalam memberikan undangan kepada Temanggung TV dengan maksud untuk diliput dan ditayangkan ke dalam program pemberitaan yang ada di Temanggung Tv. Hal tersebut jugalah yang menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh Temanggung Tv dalam divisi pemberitaan untuk memperoleh berita.

Temanggung TV yang masuk kedalam Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Kabupaten Temanggung, yang tentunya berada dibawah naungan pemerintahan yang akan tetap eksis. Namun justru dikarenakan dibawah naungan pemerintahan itulah yang kemudian membuat Temanggung TV untuk menciptakan inovasi inovasi unuk memperoleh banyaknya jumlah kepermirsaaan terutama pada program pemberitaan. Oleh karenanya dapat menjadi sebuah pertanyaan bahwa ,apakah Temanggung TV memprioritaskan subjek maupun objek dalam meliput berita seperti memprioritaskan lembaga pemeritahan ataupun objek liputan yang lebih memiliki nilai urgensi maupun tidak. Berikut tanggapan dari infoman :

“Kabar Temanggung yang merupakan program pemberitaan dari Temanggung TV yang berdiri dibarengi dengan berdirinya Temanggung TV ini meskipun berada dibawah naungan pemerintah, karena kami merupakann Televisi lokal, tidak semata mata kami hannya memfokuskan pada pemerintahan, lembaga Lembaga dengan maksud membranding, sebagai contoh apabila ada kesalahan yang terjadi berhubungan dengan aparat maupun lembaga pemerintahan, kami tetap akan meliput. Temannggung TV meski televisi lokal tidak tebang pilih dalam meliput berita. Tidak semata mata lembaga penyiaran publik lokal akan dijadikan media pencitraan dari lembaga tertentu. Dalam sebuah berita terdapat hard news dann soft news, tentu kita lebih mengutamakan hard news yang akan dijadikan highlight dalam program berita “Kabar Temanggung” sesuai dengan dasar jurnalistik.”

Seperti yang telah dijabarkan oleh Infoman kami yakni Rizal sebagai kepala bidang pemberitaan Temanggung Tv, yang menjelaskan bahwa meskipun Temanggung TV merupakan televisi local dalam Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang mana tentu berada dibawah naungan pemerintah, akan tetapi tetap menjalankan dan menyiarkan sesuai dengan dasar jurnalistik dan tidak pilih pilih dalam melakukan liputan berita. Sehingga hal tersebut memiliki dampak terhadap program pemberitaan kabar Temanggung maupun Temanggung Tv itu sendiri. Berikut dampak yang disampaikan informan :

“Tetap kami tidak akan tebang pilih dalam melakukan liputan berita, meski kami dari lembaga penyiaran publik lokal dibawah naungan pemerintahan, karena kami yang baru berdiri selama hampir berjalan enam tahun ini memiliki tujuan utama yaitu membangun terlebih dahulu.. Nah bagaimana caranya kami membangun Teemanggung TV, yakni memfokuskaan konten yang disajikan, konten konten local yang tentunya tidak berisikan pencitraan untuk lembaga tertentu. Televisi lokal mewadahi segenap informasi media untuk masyarakat lokal melalui program pemberitaan “Kabar Temanggung” bukan untuk lembaga pemerintahan maupun aparat.

“Tetap saja ada berita yang kami tayangkan diselingi prestasi prestasi dari lembaga pemerintahan namun kami tidak memprioritaskan itu. Karena Temanggung TV yang masih merintis ini berusaha mensukseskan tujuan utama kami dalam menayangkan program pemberitaan yakni dengan membangun kepercayaan masyarakat lokal khususnya warga Temanggung.

“Dampak yang datang akan menjadi dampak baik apabila kami melakukan liputan se-netral mungkin dan se-transparan mungkin untuk membangun kepercayaan terhadap masyarakat. Masyarakat akan berpikir bahwa tayangan berita pada Temanggung Tv ini tidak terfokuskan pada baik baiknya aparat maupun lembaga lembaga pemerintahan, tapi justru memfokuskan pada masyarakat itu tadi, berita mana yang memiliki nilai berat untuk dijadikan highlight berita, dan berita mana yang akan menjadi selingan selingan atau soft news. Kami justru lebih mewedahi masyarakat lokal itu sendiri, dari masyarakat Temanggung, untuk masyarakat Temanggung dan oleh masyarakat Temanggung”.

Mewedahi masyarakat merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Temanggung TV dalam meliput sebuah berita kemudian dikemas sebaik mungkin dan disiarkan. Informasi infromasi yang diberikan oleh informan tersebut dapat dikatakan bahwa program pemberitaan “Kabar Temanggung” yakni dari dan untuk masyarakat. Mencari tahu yang terjadi dikalangan masyarakat, hingga membantu masyarakat local untuk memasarkan produk lokalnya, juga merupakan salah satu tujuan dari Temanggung Tv melalui program peemberitaan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya oleh informan bahwa karyawan Temanggung Tv dalam pemberitaan akan mencari berita layaknya jurnalis pada umumnya seesuai ketentuan dengan jurnalistik, cara yang digunakan Temanggung TV dalam meliput berita pun memerlukan proses, apalagi dengan mencari berita itu sendiri. Berikut tanggapan informan :

“Dalam penyiaran berita, selalu kita imbangi dengan berita berita terkini dan ter-update. Misalnya saja sedang musim tembakau, kami mencari informasi



dikalangan petani-petani tembakau kemudian mewawancarai tembakau dan mencari informasi tentang jenis tembakau dan kondisi kondisi yang menjadi hambatan selama panen tembakau. Kemudian peristiwa tidak terduga seperti kecelakaan, karena kru kami jarang dikantor dan berpencar, apabila misalnya ada kecelakaan kami segera diberi kabar juga oleh masyarakat yang sedang berada dilokasi, kemudian kami memberitahukan di grup, karyawan mana yang lokasinya lebih dekat dengan tempat kejadian perkara tersebut.

“Dan juga peristiwa yang tidak disengaja, seperti kemacetan yang tidak disengaja dijumpai oleh karyawan divisi pemberitaan saat menjelang lebaran, kemudian langsung diliput saja. Jadi para karyawan divisi pemberitaan yang jarang berada di kantor dan cari cari konten di luaran sana juga merupakan strategi program pemberitaan “kabar Temanggung” dalam meningkatkan jumlah kepermirsaan, hal ini dapat dikatakan strategi karena seperti yang diketahui sekitar tahun 2020, karyawan Temanggung TV divisi pemberitaan justru hanya mengandalkan undangan dari masyarakat saja dan kurang gencar dalam mencari berita. Sehingga akhir akhir ini kami gunakan strategi tersebut dengan mengerahkan seluruh kru divisi pemberitaan untuk lebih giat lagi mencari berita kemudian diliput, diolah dan kemudian disiarkan menjadi berita yang baik”.

Selain strategi mencari tahu informasi yang sedang update dalam kalangan masyarakat, strategi strategi lain juga digunakan oleh Temanggung TV untuk meningkatkan jumlah kepermirsaan. Apalagi Temanggung TV merupakan televisi lokal, yang pasti ruang lingkup yang terfokuskan pada wilayah lokal yang memiliki

ciri khas tersendiri untuk menonjolkan unsur kelokalannya dan ciri khas yang dimiliki. Berikut tanggapan informan :

“Untuk menonjolkan ciri khas dari kabar Temanggung, yang mungkin akan membuat pemirsa menjadi ingat akan program pemberitaan kabar Temanggung kami menggunakan strategi punch line. Punch line yang digunakan agar pemirsa ingat dengan sepenggalan kalimat yang menjadi ciri khas dari program pemberitaan kabar temanggung itu sendiri. Tahun lalu kami menggunakan punch line “Temanggung TV dari Temanggung untuk Indonesia” sekarang kita mempunyai punch line baru menjadi “Temanggung TV, tumbuh berkembang semakin matang”, pergantian punch line ini juga menjadi warna baru untuk Temanggung Tv, dan tentu punch line ini tidak hanya untuk program pemberitaan kabar Temanggung saja, namun secara keseluruhan program acara yang ada di Temanggung TV menggunakan punch line tersebut.”

Punch line merupakan bagian pokok yang berupa kalimat sebagai penanda sebuah keciri khas-an dari sebuah program. Seperti yang telah dijabarkan oleh informan, bahwa program pemberitaan Temanggung TV juga menggunakan punch line yang memiliki tujuan agar mudah diingat oleh pemirsa. Sehubungan dengan strategi yang dilakukan oleh program pemberitaan Temanggung TV yang mengangkat unsur lokal yang lebih mendalam lagi dan lagi. Tentu dengan tujuan agar konten local yang tidak terjangkau oleh televisi nasional maupun swasta akan terjangkau oleh televisi lokal.

Dalam meliput berita lokal, jurnalis akan terasa lebih dekat dengan masyarakat sekitar, karena jurnalis dan masyarakat berada di lingkungan daerah yang sama sehingga mudah menjalin dan informasi secara mendalam dengan narasumber saat jurnalis dari kabar Temanggung meliput berita.

“Ketika jurnalis sedang melakukan liputan terkadang kami bisa menjadi dekat dengan narasumber yang akan diwawancarai dan itu akan membuat narasumber lebih santai dan tidak tegang saat diwawancara karena merasa lebih tenang. Biasanya karyawan Temanggung TV mengajak bicara terlebih dahulu, agar narasumber dapat beradaptasi. Narasumber yang biasanya gugup itu adalah penduduk itu sendiri, apalagi narasumbernya adalah penduduk lokal kalo jawabannya itu pendek dan kurang penjabaran, padahal wartawan sudah menanyakan dengan detail, akan tetapi seperti tanya jawab singkat. Oleh karenanya, karyawan Temanggung TV dalam meliput berita terutama kepada warga lokal sendiri mengajak berbincang-bincang terlebih dahulu, baik terkait berita yang akan ditanyakan maupun tidak. Hal ini guna membuat narasumber menjadi nyaman tidak canggung. Terkait dengan konten lokal kami melakukan eksplor-eksplor terhadap desa ke desa yang mana yang bisa kami ajak untuk diangkat potensinya termasuk budaya, kuliner lokal dan indeks. Jadi kekuatan konten-konten lokal dari program pemberitaan Temanggung Tv itu ya desa-desa yang ada di Temanggung itu sendiri.”

Seperti yang telah dijelaskan dalam latar belakang bahwa sebelumnya Temanggung masih menggunakan parabola. Dengan melakukan tracking dan setting pada jaringan satelit Telkom Merah Putih. Siaran Temanggung TV di

Telkom Merah Putih ada pada polaritas Horizontal (H) dengan Frekuensi 4023 MHz dan Symbol Rate 1600, serta merupakan siaran gratis bagi masyarakat, sehingga bisa ditemukan manual dan kunci receiver masing-masing masyarakat. Akan tetapi dikarenakan jumlah kepemirsaan yang semakin banyak dan muatan konten materi lokal lokal yang berkualitas maka pada tahun ini Temanggung TV dapat disaksikan melalui Televisi digital. Berikut tanggapan informan :

“Sebelumnya kami masih menggunakan parabola, kemudian ketika kami memiliki potensi untuk melakukan konvergensi ke TV digital, dan tentu tidak mudah untuk masuk kedalam televisi digital, karena perlu adanya seleksi, dan seleksi itu dilakukan oleh kementerian Komunikasi dan informatika dari Temanggung Tv, dengan dilakukannya uji kelayakan operasional dengan mempertimbangkan banyak hal salah satunya konten materi yang disajikan, alat, sumber daya manusia dan lain lain. Dan kami bisa masuk kedalam TV digital di 5 tahun kami berdiri, padahal untuk memasuki TV digital maupun analog dulu itu diperlukan proses perijinan hingga 20 tahun berdiri. Sedangkan Temanggung Tv sudah berhasil masuk dalam analog TV kemudian ke digital hanya berjalan enam tahun ini. Memang kami belum secara resmi ceremonial masuk ke daan digital TV, akan tetapi Temaanggung TV sudah dapat disaksikan di Televisi digital saat ini. Dan kami juga dalam masa pantauan dari Kementerian Komunikasi dan informatika sehingga kami akan terus meningkatkan kualitas untuk membangun kepercayaan dan kualitas informasi yang disampaikan terlebih dahulu.”

Infoman memberikaan informasi bahwa saat ini Temanggung Tv sudah dapat disaksikan seluruh Indonsia dengan menggunakan TV digital. Perkembangan

Temanggung Tv tersebut tentu dalam melakukan siaran memiliki target penonton sebagai penunjang apakah informasi sampai kepada target yang telah ditentukan sebelumnya maupun tidak, berikut informan menambahkan :

“Target penonton sendiri yakni warga lokal, apalagi sekarang sudah dapat diakses di televisi digital, warga Temanggung sendiri menjadi mudah mengakses Temanggung TV dan informasi yang lebih mudah dijangkau. Kemudian juga masyarakat lokal yang sedang merantau keluar kota bahkan luar provinsi yang merindukan suasana dari kota kelahirannya yakni Temanggung dan tetap memantau informasi melalui program pemberitaan Kabar Temanggung. Banyak yang kami jumpai ketika bertemu dengan banyak orang diluar sana yang sudah lama tidak pulang ke Temanggung dan merindukan suasana Temanggung dengan selalu menyaksikan Temanggung TV termasuk juga kabar Temanggung, dan dapat dikatakan mereka ini merupakan penonton yang fanatik”.

Untuk mencapai target penonton yang telah ditentukan oleh Temanggung TV tersebut. Juga berkaitan dengan naskah penulisan berita yang mana menjadi salah satu unsur utama dalam penyampaian sebuah program pemberitaan. Dalam proses penayangan program berita memiliki tahapan tahapan, yaitu kesiapan, wawancara dan liputan, kemudian diolah menjadi berita yang menarik dan ditayangkan. Mengolah berita ini yang dimaksud ialah menulis naskah berita, yang mana dalam proses ini sangat penting untuk menyampaikan berita dengan pemilihan kata yang tepat sehingga dapat menarik minat penonton dalam menyaksikan program pemberitaan “Kabar Temanggung.” Berikut informan menambahkan :

“Dalam penulisan naskah sebenarnya tiada strategi khusus, karena kembali lagi, kami ingin membangunkan kepercayaan terhadap masyarakat dengan menayangkan berita yang transparan. penulisan naskah yang kami lakukan tetap menggunakan teknik jurnalistik yang benar. Kode etik jurnalistik kami junjung tinggi untuk menayangkan berita yang berkualitas. Meenentukan topik juga sangat penting tidak hanya dalam satu perspektif namun juga dalam perspektif lainnya baik perspektif kami maupun perspektif umum. Kami tonjolkan berita apa adanya namun teetap menggunakan strategi strategi seperti penulisan topik utama yang akan menjadi menarik apabila tepat dalam pemilihan judul dan juga penggunaan clickbait”

Penulisan naskah beritaa yang berpegang teguh padaa kode etik jurnalistik untuk meningkatkan kualitas inforrmasi yang disampaikan dalam program pemberitan kabar Temanggung ini juga memperhatikan penampilan judul dan juga peenggunaan clickbait. Penggunaan judul yang menarik juga sangat diperlukan untuk menarik adanya kepermirsaan dari program pemberitaaan. Berikut tanggapan informan :

“Penampilan judul juga berperan penting dalam penayaangan berita. Salah satunya pemberian highlight menarik, setiap editor memiliki gayanya dalam editing yang berbeda beda dan memiliki ciri khas nya masing masing. Tentu kami menggunakan clikbait tapi tidak mengada ada, karena untuk saat ini tujuan kami meningkatkan kualitas tayangan dalam segi materi isi , konten dan lain sebagainya untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap program pemberitaaan kabar Temanggung ini yang dimaksimalkan layanannya untuk masyarakat. Yang

membuat clickbait adalah seorang jurnalis yang meliput berita tersebut, bagaimana caranya jurnalis tersebut mengemas beritanya tanpa mengada ada”.

Clickbait sendiri merupakan tindakan yang menjajikan sesuatu secara berlebihan yang biasanya dapat ditemukan di judul berita, caption di media sosial dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa clickbait sendiri merupakan judul dari sebuah konten dengan tujuan menarik perhatian, namun isi konten belum tentu sesuai dengan apa yang telah dijanjikan di judul. Penggunaan clickbait, biasanya menggunakan emosi pembaca, dan pemilihan bagian yang menarik. Hal ini akan membuat pembaca menjadi merasa terlibat didalamnya dan tertarik untuk menantikan informasinya seolah judul tersebut merupakan sebuah teka teki. Seperti yang telah dijelaskan informan Rizal sebagai kepala bidang pemberitaan Temanggung TV. Tetap menggunakan clickbait dalam menarik perhatian penonton, namun tidak dilakukan secara berlebihan.

“Dalam penggunaan clickbait, program pemberitaan kabar Temanggung masih dalam tahap yang tidak terlalu heboh, hal ini dilakukan karena kami masih mengejar kualitas dari berita yang kami tampilkan terlebih dahulu. Kemudian pada program pemberitaan kabar Temanggung dalam penggunaan clickbait, tentu kami melihat terlebih dahulu bagaimana jejak kasus dari Temanggung Tv, kemudian menurut kami terlalu berpikir pragmatis apabila penggunaan clickbait yang heboh yang membuat kehebohan, yang tentu saja isinya lain daripada itu.”

Kemudian Jurnalis Temanggung TV menambahkan terkait penggunaan clickbait :

“Hal tersebut membuat penonton merasa tertipu, oleh karenanya kami masih terfokus saat ini untuk meningkatkan kualitas, karena sekali lagi kami belum mengejar iklan , kami fokuskan kenaikan penonton dari kualitas kualitas informasi yang kami sampaikan melalui program pemberitaan kabar temanggung tersebut. Kami memiliki paradigma bahwa bagaimana informasi yang disampaikan dapat bermanfaat, dan belum terfokus kepada komersil. Karena televisi lokal ini ikan yang diangkat adalah kelokalannya, jadi tentu berbeda dengan televisi swasta yang dikejar penayangan komersil iklan, dan tentu mereka juga ditarget rating”.

Selain dengan dilakukannya clickbait yang berlebihan sebagai strategi dari Kabar Temanggung dalam memperoleh jumlah kepermirsaan, tentu kabar Temanggung memiliki ciri khas tersendiri dalam meyampaikan informasi salah satunya yakni dalam format berita yang disajikan, penambahan gimmick, inovasi inovasi , dan penggunaan clip hanger. Untuk menyajikan berita yang baik maka diperlukan adanya proses pengolahan berita dan pengaturan berita yang menarik, lalu bagaimana proses dari program pemberitaan Temanggung TV, berikut tanggapan informan :

“Untuk ciri khas dari kabar Temanggung sendiri kami melakukan penayangan program pemberitaan sesuai dengan berita berita yang lainnya dan dikarenakan kami masih di standart lokal, maka kami perlu memperhatikan itu tadi, yakni bagaimana cara menggaet kepermirsaan dengan kualitas pemberitaan yang



diberikan. Dari segi Audio video dan visual dari kabar Temanggung, setiap editor memiliki ke ciri-khas an nya masing masing, namun kami senantiasa melakukan peerubahan background dari kabar Temanggung agar dirasa penonton tidak jenuh, dan dapat melihat wajah baru dari kabar Temanggung itu sendiri.”

Kemudian yang membedakan program pemberitaan kabar Temanggung dengan program pemberitaan lokal lainnya adalah muatan materi, tujuan dan asas manfaat. Temanggung TV ini berbeda dengan televisi lokal lainnya, karena Temanggung tv merupakan televisi lokal yang benar benar lokal, berbeda dengan televisi nasional akan tetapi lokal, misalnya saja Jogja TV. Untuk menarik perhatian heboh seperti publik interest masih kami kesampingkan terlebih dahulu dan kami fokuskan kepada kualitas informasi yang kami sampaikan melalui program pemberitaan kabar Temanggung.”

Informan telah menyampaikan bahwa Temanggung TV merupakan televisi lokal yang lebih lokal lagi dibandingkan dengan televisi lokal lainnya. Hal ini tentu bersangkutan dengan adanya format berita, apakah mungkin format berita dari kabar Temanggung berbeda dengan format program pemberitaan di televisi lokal lainnya. Sedangkan format berita itu sendiri adalah tergolong atas reader, voice over dan sound on tape.

“Dalam kabar Temanggung sendiri memiliki tiga segmen, tentu sama dengan program pemberitaan lainnya, dalam sekali penayangan kami dapat menampilkan tujuh hingga delapan berita. Berita yang kami muat dalam kabar Temanggung ini berita yang komprehensif dan tidak hanya mengandalkan clickbait

saja, headline yang penting dan menarik juga ditentukan untuk menarik pemirsa. Berita lokal tetap kami prioritaskan namun tentu tergantung kondisi berita tersebut apakah lebih cocok menarik perhatian pemirsa atau tidak, lagi lagi harus bagaimana cermatnya kami dalam mengolah sebuah produk berita dan juga berita lokal tanpa melepas berita nasional. Terkait dengan format penayangan program pemberitaan sama dengan program pemberitaan lainnya sesuai dengan ketentuannya.”

Penggunaan gimmick juga dilakukan dalam program pemberitaan, namun bukan gimmick yang dimaksud oleh sebagian orang. Gimmick adalah salah satu bagian program media sebagai bentuk ke kreatifitasan. Tujuan dari adanya gimmick ini untuk menarik perhatian audiens. Namun penggunaan gimmick pada program pemberitaan berbeda dengan gimmick yang digunakan dalam industri program pertelevisian lainnya. Beberapa contoh singkat dari gimmick itu sendiri yakni permainan singkat, sound effect, mimik wajah dan lain sebagainya.

“Penggunaan gimmick itu tentu dilakukan dalam program pemberitaan, namun tidak seperti gimmick yang dibayangkan gimmick disini terbagi atas banyak hal, termasuk penggunaan sound effect, raut wajah, dan juga penggunaan intonasi dalam penyampaian beritanya. Jadi gimmick dalam yang ada didalam program pemberitaan seperti itu. Kalau di kabar Temanggung presenter dituntut untuk dapat membawakan berita dengan ekspresif dan sesuai dengan berita yang dibawakan. “

“Presenter harus bisa membawakan suasana dalam mewakili berita yang dibawakan. Berita sedih harus menggunakan intonasi yang berbeda dan mimik wajah yang sedih namun tidak cenderung sedih, begitu pula dengan berita yang

baahagia misalnya berita berprestasi maka pembawaannya juga harus ekspresif. Presenter memiliki peran yang sangat penting ddalam gimmick program pemberitaan ini.”

Selain gimmick yang telah disampaikan infoman, kabar Temanggung juga menggunakan clip hanger untuk membuat penontonnya agar tetap berada di kanal dan tidak berganti ke kanal lainnya, hal ini juga penting dilakukan untuk mempertahankan kepermirsaan. Clip hanger adaalah cara sebuatan atau gambar yang mengundang rasa ingin tahu penonton tentang kelanjutan acara, akan tetapi harus ditunda terlebih dahulu karena jeda iklan komersional.

“Kabar Temanggung juga menggunakan clip hanger untuk mempertahankan kepermirsaan dengan kalimat kalimat yang disampaikan oleh sang presenter yang akan membuat pemirsa meenjadi penasaran sehingga tetap berada pada kanal tersebut. Sudah saya jelaskan sebelumnya bahwasanya kabar Temanggung sendiri memiliki permirsa yang fanatik. Permirsa yang garis keras ini bersala dari kerabat kerabat narasumber itu sendiri. Kemudian kami fokuskan pepadatan materi informasi yang komprehensif dan juga lengkap.”

Informan menyebutkan bahwa clip hanger juga sering digunakan dalam program pemberitaan, hal tersebut merupakan hal wajar yang dilakukan oleh program pemberitaan dalam mempertahankan kepermirsaannya. Strategi strategi yang telah disebutkan dan dijabarkan oleh informan tersebut tak terlepas dari penglihatan jumlah penonton, agar menjadi titik acuan apakah ada perubahan, inovasi, dan kemajuan yang terjadi pada program pemberitaan kabar Temanggung.

“Temanggung TV sudah saya jabarkan sebelumnya bahwa Temanggung TV sendiri belum memiliki ketersediaan alat yang memadai untuk mengecek rating. Ada bagian khusus diluar kami, tentunya dalam pantauan kementerian komunikasi dan informatika dan sering kami komunikasikan terkait rating tersebut. Selalu kementerian kominfo menginfokan kepada Temanggung TV terkait rating apabila mereka check, dan tentu saja ada perubahan dan kemajuan. Kemajuan pasti dirasakan oleh para karyawan Temanggung TV, peroleh jumlah kepermirsaan mempengaruhi kinerja para karyawan terutama pada divisi pemberitaan. Apalagi sekarang Temanggung TV sudah masuk kedalam tv digital. Televisi digital lebih luas spektrum penyebarannya juga lebih merata. Inovasi yang dilakukan yaitu perubahan pada editing bagian bumper in dan bumper out, perubahan background, berita yang dibawakan juga harus fresh tanpa mengurangi esensi materi itu sendiri. Perubahan visual juga merupakan inovasi, yang mana visual itu sangat penting dan sangat mempengaruhi, termasuk beerganti gantinya presenter, jadi pemirsa tidak merasa bosan.”

Strategi strategi yang sudah dijelaskan oleh informan tersebut sangat terperinci. Kabar temanggung yang meerupakan program pemberitaan yang ada di Temanggung tv ini sudah mengalami banyak perubahan dan mengalami kemajuan. Namun disamping itu pasti ada hambatan hambatan yang dirasakan oleh karyawan Temanggung TV khususnya divisi pemberitaan dalam meliput berita.

“Hambatan yang sering terjadi ialah, justru instansi maupun lembaga lembaga sering berfikir bahwa unuk mngundang kami untuk diliput memerlukan biaya. Padahal kami jika diundang tidak perlu bayar, dan tentu kami seleksi dulu

apa yang mau diliput, tidak semata mata diundang kemudian langsung diliput tanpa seleksi, apakah berita tersebut layak disiarkan ataupun tidak. Meski dibawah naungan pemerintahan kami bersifat independen, karena kami bukan mitra dari pemerintahan itu sendiri. Berita dan informasi yang kami sampaikan melalui kabar Temanggung merupakan berita yang transparan dan dipublikasi dengan menggunakan kode etik jurnalistik.”

“Justru karena kami televisi lokal seharusnya lebih berani dalam mengkritik. Berbeda dengan televisi swasta yang sangat membutuhkan clickbait seolah clickbait adalah makanan pokok mereka. Karena apa, tujuan kami saja sudah berbeda. Dan kami juga baru merintis belum sepenuhnya terfokus pada komersil. Dan alhamdulillah dari strategi yang kami lakukan dalam meningkatkan kualitas berita dan meningkatkan kepercayaan publik dari yang awalnya sekitar 103 subscriber jadi 2.500 subscriber, itu di kanal youtube divisi pemberitaan. Kepermirsaan bisa tembus hingga 20 ribu kemarin ketika diadakan live, itu baru live belum yang online. Oleh karenanya dengan peningkatan signifikan ini, tentu mempengaruhi etos kinerja dari karyawan khususnya divisi pemberitaan, Ketika melihat kemajuan seperti ini, mereka menjadi semakin giat dalam mengeksplor lagi dan lagi untuk meliput berita.”

### 3.3 Naskah Pemberitaan

#### **“BERSUARIA” DALAM RANGKA RAYAKAN HARI JADI KABUPATEN TEMANGGUNG**

LEAD :

PEMERINTAH KABUPATEN TEMANGGUNG ADAKAN ACARA “BERSUARIA” DALAM RANGKA ULANG TAHUN KABUPATEN TEMANGGUNG// KEGIATAN INI DISELENGGARAKAN BERTUJUAN SEBAGAI WADAH KOMUNITAS KOMUNITAS ANAK MUDA YANG DITUANGKAN DALAM BERBAGAI BENTUK KREATIVITAS YANG DITAMPILKAN//

ROLL :

“BERSUARIA” MERUPAKAN FESTIVAL MUSIK YANG DIADAKAN OLEH PEMERINTAH KABUPATEN TEMANGGUNG DALAM RANGKA HARI JADI KABUPATEN TEMANGGUNG// FESTIVAL MUSIK INI BERTUJUAN UNTUK MEWADAH MUDA MUDI DAN BERBAGAI KOMUNITAS UNTUK MENAMPILKAN BERBAGAI MACAM KREATIVITAS// PADA 29 OKTOBER KEMARIN /“BERSUARIA” MEMILIKI TEMA CREATIVE MOVEMENT/ DALAM TEMA BERSUARIA INI/ BERISIKAN KREATIVITAS MUDA MUDI SEPERTI DANCE/ PENAMPILAN MUSIC/ SKATEBOARD/ OLAHRAGA EKSTREM DAN LAIN SEBAGAINNYA//

KEGIATAN INI DIBAGI MENJADI 4 KALI ACARA / DALAM KEEMPAT ACARA TERSEBUT MEMILIKI TEMA YANG BERBEDA BEDA /TEMA ACARA BERSUARIA SELANJUTNYA YAKNI BINCANG BOLA/POTENSI KOPI/ DAN JUGA TEMANGGUNG SUNDAY RIDE// YANG AKAN DILAKSANAKAN PADA / 5 OKTOBER/ 12 OKTOBER DAN 19 OKTOBER 2022 MENDATANG// DALAM MENAMPILKAN KREATIVITAS/ PARA ANAK MUDA DIBERIKAN STAN STAN UNTUK MEMAMERKAN BERBAGAI KARYA KARYA NYA// DALAM SETIAP TEMA BERSUARIA JUGA MEMILIKI BERBAGAI BINTANG TAMU YANG BERBEDA BEDA/ STAN STAN YANG ADA DALAM EVENT INI PUN AKAN DI ROLLING//

JENI SETIA NADIVA KETUA PANITIA “BERSUARIA” BERHARAP DENGAN DIADAKANNYA ACARA BERSUARIA INI TIDAK HANYA DILAKSANAKAN KETIKA HUT SAJA MELAINKAN JUGA SETIAP BULANNYA GUNA MEWADAHI KOMUNITAS KOMUNITAS ANAK MUDA TEMANGGUNG//

STATE : JENI SETIA NADIVA / KETUA PANITIA “BERSUARIA”/ 00.26- 00.45/ 03.36-03.41/

### 3.4 Bertambahnya jumlah penonton



**Gambar 3.4.1 Instagram Temanggung Tv  
Sumber ; Analisis peneliti, 2023**

Gambar tersebut merupakan akun Instagram milik Temanggung TV, yang memperlihatkan jumlah penonton yang bertambah seperti yang telah disampaikan oleh narasumber terkait. Jumlah penayangan tersebut memang tidaklah banyak dibandingkan dengan televisi lainnya, namun mengingat bahwa Temanggung TV merupakan televisi lokal, dan baru berdiri kurang lebih selama 6 tahun. Maka

jumlah penonton tersebut terhitung banyak untuk ukuran televisi lokal. Social media juga dianggap sebagai media baru internet dalam mewadahi Temanggung TV melakukan siaran ulang program pemberitaan yang telah ditayangkan.



**Gambar 3.4.2 Youtube Channel Kabar Temanggung  
Sumber ; Analisis Peneliti 2023**

Gambar tersebut memperlihatkan jumlah penonton yang menyentuh angka ratusan, dimana menurut narasumber angka tersebut merupakan angka penonton yang cukup banyak. Dengan dibandingkannya dengan TVRI Jawa Tengah yang cakupannya lebih luas dari pada Temanggung TV, program pemberitaan “Kabar Temanggung” dapat menyeimbangi bahkan menyaingi jumlah penonton pada kanal Youtube televisi nasional. Penonton pada kanal youtube milik “TVRI Jawa Tengah” dalam siaran beritanya memiliki jumlah penonton kurang lebih 150 penonton dengan penonton paling tinggi kurang lebih 450 penonton. Dengan



penonton dari program pemberitaan “Kabar Temanggung” yang merupakan wadah melalui media baru internet yaitu youtube, dapat dikatakan program pemberitaan ini mengalami kenaikan jumlah penonton secara signifikan dengan jumlah penonton tertinggi kurang lebih 800 penonton.



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan temuan penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa strategi strategi yang dilakukan oleh Temanggung Tv, khususnya pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” itu sendiri. Salah satunya focus terhadap kualitas konten yang dihasilkan, pembaruan visual, live streaming dan juga penayangan ulang melalui sosial media. Dalam hal inilah peneliti akan mengkaji inovasi inovasi media yang dilakukan oleh Temanggung TV khususnya pada program pemberitaan “Kabar Temanggung”, yakni dapat mencakup perubahan dalam beberapa aspek, diantaranya yaitu pengembangan platform media baru, dan juga cara cara baru dalam memproduksi sebuah program pemberitaan, yang tentunya dapat meningkatkan juga mempengaruhi minat penonton untuk menonton program pemberitaan yang ada di Temanggung TV tersebut.

Sebelumnya ada beberapa indikator yang terdapat pada hal hal yang perlu adanya perbaikan serta pembaruan yang ada didalamnya. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui hal hal apa saja yang dilakukan Temanggung TV terkhusus pada program pemberitaan yang perlu diperhatikan pada setiap aspeknya dalam memproduksi sebuah program pemberitaan, dimulai dari naskah pemberitaannya, penyiaran pemberitaan, dan editing itu sendiri. Mengingat adanya kemajuan teknologi dan perubahan zaman, Temanggung TV juga berupaya untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman saat ini. Tentu saja hal hal tersebutlah yang akan menjadi penentu, tertarik atau tidakkah penonton dengan program acara

pemberitaan yang ada di Temanggung TV tersebut. Dalam mempertahankan eksistensi dari Temanggung TV yang merupakan televisi local, terkhusus pada program pemberitaan, tentu sangat dibutuhkannya strategi strategi yang matang dan terencana dengan baik. Hal ini tentu saja dilakukan agar program pemberitaan terus bertahan ke eksisannya, berkualitas dan juga dapat memperoleh pemasukan. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti bagaimana strategi strategi dari Temanggung Tv khususnya pada program pemberitaan mempertahankan eksistensinya, strategi yang dibahas bukan merupakan perencanaan, melainkan strategi yang sudah dijalankan oleh Temanggung Tv. Dimmick dan Rohtenbuhler mengungkapkan dalam ekologi media, bahwa dalam mempertahankan eksistensinya serta kelangsungan hidupnya, sebuah media perlu memiliki sumber penunjang hidup, yakni types of konten (jenis isi media), type of audien ( jenis khalayak sasaran) dan juga capital (modal, sumber daya manusia, sarana dan prasarana teknologi, dan pemasukan iklan).

#### **4.1 Strategi Strategi berita lokal “Kabar Temanggung”**

Bedasarkan hasil penelitian, terdapat strategi strategi yang mempengaruhi minat penonton dalam peningkatan program acara pemberitaan lokal “Kabar Temanggung” pada Temanggung TV dan juga memperoleh sumber penunjang kehidupan media seperti dalam teori ekologi media.

#### 4.1.1 Target Penonton

Target penonton adalah memilih beberapa segmen target yang akan dijadikan fokus kegiatan dalam hal kegiatan promosi serta pemasaran program acara. Kegiatan targeting ini juga dapat disebut dengan selecting, perusahaan akan melakukan selecting dengan tujuan memfokuskan kegiatan kegiatan yang dilakukan pada program acara ke beberapa bagian penonton. Dalam setiap program acara diciptakan, tentu sebelumnya dilakukan penargetan terlebih dahulu, hal ini berguna untuk menyelaraskan tujuan dari adanya sebuah program acara. Tak terkecuali program acara pemberitaan, sebelum merencanakan berbagai hal yang ada pada program acara pemberitaan, seorang karyawan, pada bagian ini yakni produser, yang bertugas mengkaji secara teliti target penonton, untuk dapat mempermudah produser dalam mengambil sebuah keputusan.

Seperti yang diutarakan oleh Naratama pada tahun 2008 “anda akan mengetahui pengetahuan tentang penonton, maka anda memiliki jaminan 75% karya akan sukses dan dikenal banyak orang” (Naratama, 2008). Pentingnya menganalisis target penonton, merupakan syarat utama dalam pembuatan sebuah program acara, tak terkecuali program acara pemberitaan Temanggung TV. Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, bahwa penentuan target penonton merupakan langkah yang paling awal, hal ini bertujuan agar menentukannya calon penonton dari Kabar temanggung merupakan inovasi utama untuk menggaet para pemirsa, menentukan target penonton dengan mengkaji secara teliti target

penonton, juga mengenal secara terperinci, hal hal yang disukai dan tidak disukai oleh target penonton, akan menentukan adanya jumlah kepermirsaan nantinya.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kepala bidang program pemberitaan menargetkan penonton untuk semua umur dan warga kabupaten Temanggung. Alasan dari kepala bidang program acara pemberitaan menargetkan semua umur khususnya warga Temanggung ini, dikarenakan program acara berita yang ditayangkan bersifat mendidik dan memberikan informasi, seperti budaya wilayah sekitar, tempat wisata, hingga prestasi prestasi pendidikan, yang mungkin akan menjadi motivasi bagi pemirsa yang menonton program acara pemberitaan tersebut.

Program pemberitaan tentu perlu dianalisis, dengan menganalisis karakter dari calon pemirsa yang telah ditargetkan. Perlu dilakukannya analisis pada target penonton yang telah dilakukan termasuk menganalisis kebutuhan, karakteristik target penonton, serta opini dari masyarakat. Oleh karenanya dalam menentukan target penonton merupakan langkah awal yang sangat penting dalam pembuatan program acara, termasuk program acara pemberitaan. Dengan demikian, program acara yang akan disajikan mampu meningkatkan daya tarik penonton yang telah ditargetkan.

Hal ini dikarenakan keberhasilan media akan dapat ditentukan kemampuan pengelolaannya dalam memahami target penonton yang telah ditentukan dalam memahami dengan dilakukannya pendekatan. Analisis terhadap khalayak tersebut diperoleh dari data data terjun langsung ke masyarakat yang telah dijadikan target

penonton oleh program pemberitaan Temanggung yaitu “Kabar Temanggung”. Namun setelah dilakukannya analisis dengan terjun secara langsung ke masyarakat, Temaanggung Tv banyak menerima masukan sehingga, banyaknya minat akan dijadikan pertimbangan untuk dibuatkanlah sendiri program acara, namun masih dalam ranah pemberitaan.

Sesuai dengan pernyataan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa, media penyiaran wajib melakukan penentuan segmentasi penonton dalam sebuah program acara yang akan dituju. Dalam proses penentuan target penonton ini dapat dilakukannya segmentasi sesuai dengan target penonton yang akan dituju oleh sebuah program acara tak terkecuali program acara pemberitaan.

#### **4.1.2 Tampilan Format**

Format acara berita dari “Kabar Temanggung” dalam memproduksi program acara pemberitaan tersebut berdasarkan dengan informasi fakta yang ada pada kejadian serta peristiwa yang terjadi secara langsung di masyarakat. Karena program acara pemberitaan ini memiliki tujuan untuk memperoleh kepercayaan masyarakat, maka program acara yang disajikan mengandung kebenaran kejadian yang bersifat aktual dan faktual. Tampilan format dari program acara pemberitaan yaitu dengan menyajikan berbagai informasi yang terbagi atas hard news, yaitu informasi penting yang menarik yang bersifat harus segera disampaikan, kemudian soft news juga merupakan informasi penting yang menarik namun tidak bersifat wajib ditayangkan.

Format acara televisi merupakan salah satu perencanaan dasar yang harus dilakukan dari suatu konsep program acara televisi, yang mana akan menjadi landasan tampilan, kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi menjadi beberapa kriteria utama yang akan disesuaikan dengan tujuan serta target penonton yang telah dilakukan (Naratama, 2008)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, tampilan dan format merupakan juga merupakan hal penting dalam tayangan program pemberitaan. Program pemberitaan yang terkesan formal, akan mudah membuat target penonton yang telah ditentukan cenderung bosan, oleh karenanya perlu adanya tampilan dan juga format yang menarik penonton yang telah menjadi target. Editing juga termasuk dalam tampilan format, dimana dalam “Kabar Temanggung” memiliki ciri khas tampilan dari segi visual. Terlihat pada warna biru menjadi pilihan tampilan dari bumper in juga bumper out yang membuat penonton menjadi tertarik.

Desain produksi, juga termasuk ke dalam tampilan format acara yang menjadikan susana yang baru merupakan bagian dari strategi yang dilakukan tim divisi program pemberitaan. Format acara yang baik akan mudah dinikmati oleh seluruh penonton lapisan masyarakat. Penjabaran tersebut, dapat penulis simpulkan tampilan format merupakan bagian dari konsep sebuah program pemberitaan yang akan diproduksi dengan pemilihan format program acara. Yakni sesuai dengan kategori program yang telah dipilih.

### 4.1.3 Punchline dan Clip Hanger

Menurut data yang diperoleh peneliti, punchline dalam program acara pemberitaan “Kabar Temanggung” tidak tertulis secara detail dalam naskah maupun telempromter. *Punchline* yang dilakukan mengandalkan improvisasi yang dilakukan oleh pembawa acara berita atau news anchor. *Punchline* akan dilakukan oleh pembawa acara berita ketika setelah menyiarkan berita yang serius atau *hardnews*, hal ini dilakukan guna mencairkan suasana agar penonton tidak tegang dan merasa jenuh. Maka *news anchor* akan memberikan sedikit nada bicara khas pembawa acara berita dengan nada yang sedikit bertanya kepada penonton untuk menjalin komunikasi dengan audiens. *Punchline* merupakan salah satu strategi dalam menarik perhatian penonton yang nantinya memiliki tujuan mempertahankan eksistensi dari program pemberitaan “Kabar Temanggung” dan terbukti dapat menarik perhatian pemirsa agar tidak jenuh dalam tayangan pemberitaan.

Menurut Naratama 2008:126, “*punchline* adalah kejutan dalam dialog yang sengaja dilakukan untuk menghentak penonton yang mulai merasakan jenuh dan bosan (Naratama, 2008). Kejutan juga dalam berbagai bentuk, misalnya berupa komedi maupun celetukan juga pertanyaan yang diungkapkan oleh pembawa acara.” Tujuan dari adanya *punchline* ini untuk menghibur penonton agar tidak jenuh, dengan memberi sedikit nada bicara pertanyaan kepada penonton, sering disisipkan oleh *news anchor* pada program acara pemberitaan “Kabar Temanggung” sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan juga menarik perhatian pemirsa.



Program acara pemberitaan merupakan program acara dengan maksud dan tujuan menyampaikan informasi kepada khalayak dan target penonton yang telah ditentukan. Maka program acara pemberitaan akan terbilang cukup membuat bosan dengan kondisi acara yang lurus formal, maka penonton akan menjadi mudah jenuh ditengah program acara yang sedang ditayangkan. Oleh karenanya, diperlukan adanya hentakan yang melibatkan emosi sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan untuk menarik perhatian penonton. Dengan ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa punchline berguna untuk membangun emosi sesuai dengan yang disampaikan berupa celetukan, dan juga nada bicara bertanya kepada penonton guna menarik perhatian audiens. Tentu saja hal tersebut digunakan oleh Temanggung TV pada program acara pemberitaan “Kabar Temanggung” sebagai bentuk strategi menarik perhatian.

*Clip hanger* adalah kalimat yang digunakan oleh *news anchor* untuk menahan penonton agar tetap berada pada kanal yang sedang ditonton dan tidak mengganti ke kanal lainnya. Hal tersebut biasa dilakukan dengan menciptakan rasa penasaran kepada pemirsa agar tetap berada pada kanal yang sedang ditonton. *Clip hanger* biasa berbentuk kalimat yang memberikan rasa penasaran kepada pemirsa terkait dengan berita selanjutnya yang akan ditayangkan, dengan adanya jeda iklan. Dalam *clip hanger* ini juga diperlukan adanya *clickbait* untuk mempengaruhi penonton untuk tetap berada pada kanal sehingga dapat mempertahankan jumlah penonton. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *clip hanger* yang dilakukan “Kabar Temanggung’ ini juga

merupakan salah satu strategi untuk menarik perhatian penonton sebagai wujud mempertahankan jumlah penonton yang sedang menonton tayangan berita tersebut.

#### **4.1.4 Kualitas Berita**

Sesuai dengan hasil penelitian yang peneliti peroleh, bahwa Temanggung TV akan terfokus dengan adanya kualitas berita, khususnya pada pemberitaan lokal dengan maksud dan tujuan memperoleh kepercayaan kepada masyarakat lokal. Mengingat Temanggung Tv merupakan televisi lokal yang masih seumur jagung untuk ukuran stasiun televisi yang tergabung pada penyiaran nasional hingga digital. Menurut Dini Inayati, komisioner bidang isi siaran KPID provinsi Jawa Tengah, menyampaikan bahwa siaran televisi lokal yang disiarkan seharusnya dapat menjadi warna baru dan warna utama, disamping meleraikan program siaran yang berinduk pada Ibu Kota Jakarta.

Dengan adanya hal ini kualitas berita yang ditayangkan sangat mempengaruhi minat pemirsa dalam menonton program acara berita, seperti yang diketahui berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat persaingan sangat ketat yang ada pada stasiun televisi. Yang dimaksudkan berkualitas disini ialah, berkualitas dari segi isi berita itu sendiri.

Berita yang berbobot, dan juga berita yang sedang dibicarakan banyak orang merupakan berita yang dapat menarik perhatian pemirsa program acara pemberitaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara dengan informan yakni kepala bidang pemberitaan Temanggung TV, bahwa yang pada sebelumnya pemberitaan yang ada di program pemberitaan “Kabar

Temanggung”, yang semula bertujuan untuk membranding kearifan budaya lokal dari Temanggung itu sendiri. Kini meningkatkan kualitasnya dengan cara lebih mencari berita yang berbobot dan berat yang sedang dibicarakan oleh masyarakat luas, meskipun diluar dari kabupaten Temanggung, masih pada wilayah Jawa Tengah yang tidak melunturkan kelokalan dari Temanggung TV itu sendiri. Juga memanfaatkan *netizen Journalism*.

Kualitas berita yang diberikan oleh program pemberitaan “Kabar Temanggung”, pencarian berita yang lebih dikerahkan lagi, tidak hanya terfokus pada branding terhadap kabupaten Temanggung. Menurut hasil penelitian, sebelumnya Temanggung TV mencari berita yang terfokus pada branding dari Temanggung itu sendiri, bagaimana representasi dari warga dan budaya dari kabupaten Temanggung sesuai dengan tujuan adanya televisi lokal. Akan tetapi apabila yang ditayangkan merupakan branding dari kabupaten Temanggung kemudian target penonton yang ditentukan juga merupakan warga Temanggung itu sendiri, terkesan tidak ada motivasi. Sehingga diperlukan banyaknya inovasi dalam menyiarkan sebuah berita yang lebih berbobot dan juga sesuai dengan kode etik jurnalistik.

Dalam program pemberitaan “Kabar Temanggung”, strateginya dalam mempertahankan eksistensinya dengan meningkatkan kualitas berita yakni penulisan berita yang apa adanya, dan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Dimana, menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, program pemberitaan di Temanggung TV ini yaitu “Kabar Temanggung” bersifat transparan. Transparan yang dimaksud disini ialah, bersifat apa adanya dan tidak terlalu mengada ada dengan penggunaan judul

*highlight* yang berlebihan. Seperti yang diketahui, bahwa meskipun Temanggung TV merupakan televisi lokal yang berada dibawah naungan Lembaga Peyiaran Publik Lokal (LPPL), tidak secara terus menerus menyiarkan perihal pemerintahan dan membranding segala sesuatu. Tujuan utama dari Temanggung Tv khususnya program pemberitaan “Kabar Temanggung” kini mulai berubah, yakni memperbaiki kualitas berita dengan tujuan menarik kepercayaan masyarakat Kabupaten Temanggung sebagai target dari program pemberitaan “Kabar Temanggung”.

#### **4.1.5 Live streaming**

*Live streaming* atau siaran langsung merupakan gambaran siaran yang dilakukan realtime yakni saat itu juga. *Live streaming* dilakukan agar dapat dilakukannya komunikasi secara dua arah bersama dengan *audiens*, yang menyaksikan secara langsung. *Live streaming* dapat memberikan kesan berbicara maupun terlibat secara langsung dengan audiens secara tatap muka di dunia nyata. Hal ini juga merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Temanggung TV dalam program pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam menyiarkan berita.

Siaran langsung dilakukan, dengan tujuan menarik perhatian penonton, yang akan merasakan rasanya terlibat, ikut andil dan berada dilokasi siaran, sehingga emosi penonton akan dibangun dan terlibat didalamnya. Menurut hasil data penelitian, siaran langsung ini merupakan salah satu strategi dari program pemberitaan “Kabar Tamnggung” yang dianggap jitu untuk memperoleh banyaknya penonton. Terbukti dengan dilakukannya live streaming atau siaran

langsung pada program pemberitaan ini, jumlah penonton meningkat, bahkan secara signifikan. Hal inilah yang dianggap cara ajaib untuk memperoleh banyaknya penonton dengan melibatkan perasaan penonton dengan dilakukannya siaran langsung.

Pada penjabaran tersebut, penulis dapat menyimpulkan, bahwa dilakukannya *live streaming* atau siaran langsung merupakan cara jitu juga ajaib yang dilakukan oleh program pemberitaan “Kabar Temanggung dalam menarik perhatian penonton, dengan melibatkan emosi penonton dan terjalinnya komunikasi dua arah, sehingga dapat menjadi strategi dalam mempertahankan eksistensi dari program acara pemberitaan tersebut.

#### **4.1.6 Pemanfaatan Teknologi Internet (Media Baru)**

Adanya perkembangan teknologi pada zaman ini, merupakan kesempatan besar bagi media massa untuk melakukan konvergensi media. Peluang ini tentu tidak diabaikan begitu saja oleh Temanggung TV dalam upayanya mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal terkhusus pada program acara pemberitaan. Pemanfaatan teknologi Internet ini sebagai contoh ialah pemanfaatan terhadap sosial media. Temanggung TV membuat sosial media sebagai bentuk konvergensi media, dimana sosial media dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan *live streaming*, juga penayangan siaran ulang program acara pemberitaan. Sosial media menjadi wadah pula bagi masyarakat untuk mengetahui tayangan tayangan berita yang ada di Temanggung TV dan juga informasi terkini wilayah sekitar Temanggung.

Kehadiran sosial media tentu, sangat membantu Temanggung TV untuk mengetahui dan menganalisis minat target penonton yang telah dilakukan. Pada zaman ini, yang semuanya sudah terkonvergen ke media internet terutama pada social media, membuat Temanggung TV harus pula mengikuti arus teknologi, apabila itu tidak dilakukan, maka akan dikatakan tertinggal yang akan berpotensi untuk tiada adanya kemajuan. Dan melalui sosial media inilah Temanggung TV dapat melihat banyaknya minat dan penonton dari Temanggung TV itu sendiri.

Bedasarkan data yang telah diperoleh, bahwa Temanggung tv memiliki social media yaitu Instagram, twitter dan juga Youtube. Dalam data penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa memiliki platform social media merupakan strategi untuk berinteraksi lebih dekat dengan target penonton yang telah ditentukan. Juga menjadi acuan apakah program program acara yang ada di Temanggung TV khususnya program acara pemberitaan diminati para warga lokal itu sendiri sebagai target utama penonton ataukah tidak. Oleh karenanya memiliki sosial media sangat dianggap memiliki peranan penting dalam sebuah media massa.

#### **4.2 Penerapan Teori Ekologi media**

Dari data data penelitian yang telah peneliti peroleh melalui observasi dan wawancara secara lansung dengan narasumber terkait. Maka peneliti menggunakan teori ekologi media oleh Dimmick dan Rohtenbuhler mengenai eksistensi media sebagai penguat dari adanya temuan temuan hasil penelitian. Yang mana mengungkapkan bahwa dalam rangka untuk mempertahankan eksistensi sebuah media sebagai keberlangsungan hidupnya, maka diperlukan adanya sumber sumber

penunjang hidup, yang terbagi atas tiga yaitu, content, audiens , dan capital. Berikut merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan yang mana, juga akan diperkuat dengan adanya teori ekologi media oleh Dimmick dan Rohtenbuhler sebagai berikut ;

#### **4.2.1 Isi atau Content**

Sesuai dengan data yang telah diperoleh oleh peneliti, strategi strategi yang dilakukan oleh Temanggung TV khususnya program pemberitaan lokal “Kabar Temanggung” ini sendiri. Merupakan program pemberitaan yang sedang ingin membangun citra atau image nya kepada target penonton yakni warga lokal Temanggung dengan melakukan perbaikan kualitas berita yang dihasilkan. Dengan memperbaiki isi content, yang merupakan salah satu factor penting dalam mempertahankan eksistensi, maka Temanggung TV melakukan berbagai upaya dalam bentuk strategi untuk memperbaiki kualitas konten.

Memperbaiki isi atau content yang dimaksud disini ialah, meskipun “Kabar Temanggung” merupakan program acara pemberitaan lokal, dimana ranahnya yang terfokus pada wilayah sekitar kabupaten Temanggung. Maka, tidak secara terus menerus menyiarkan berita ringan, yang hanya dijadikan wadah untuk membentuk citra dari wilayah tersebut saja, melainkan menjalankan tugasnya sebagaimana program acara pemberitaan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Memperbaiki kualitas isi atau content ini merupakan tujuan awal dari Temanggung TV terutama divisi pemberitaan, untuk membangun kepercayaan terhadap masyarakat yang telah menjadi target utama penonton, dari program acara itu sendiri.

Dengan menampilkan banyak berita yang berbobot dan berat seperti hardnews, maka program pemberitaan tidak dianggap remeh dalam menampilkan berita. Program acara pemberitaan “Kabar Temanggung” juga menampilkan berbagai isi berita nasional akan tetapi tidak memudarkan unsur kelokalan sebagaimana program berita lokal “Kabar Temanggung” dibuat.

Isi ataupun content dalam program pemberitaan ini, juga tidak miring sebelah, yang dimaksud dengan miring sebelah disini ialah, meskipun Temanggung TV merupakan televisi lokal dibawah naungan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Temanggung atau instansi pemerintahan. Namun Temanggung TV khususnya program pemberitaan “Kabar Temanggung” tidak ingin dipandang sebagai program pemberitaan yang condong sebelah, dan pemberitaan yang *pro* terhadap sebuah instansi. Oleh karenanya, Temanggung TV khususnya program pemberitaan lebih memadatkan isi atau content berita sesuai dengan salah satu sumber yang dapat mempertahankan eksistensi medianya. Dengan memperbaiki kualitas berita yang dihasilkan, maka berita dapat dikatakan netral dan tidak memihak pada siapapun, serta memiliki sifat yang apa adanya dalam menyiarkan berita. Dengan tujuan utama yakni membangun kepercayaan kepada masyarakat terkhusus masyarakat Temanggung.

Hasil pembahasan penelitian tersebut, dapat diperkuat oleh teori dari Dimmick dan Rohtenbuhler tentang teori ekologi media, yang mana isi maupun konten merupakan salah satu unsur penting yang dapat mempertahankan eksistensi sebuah media. Kualitas isi atau konten akan mempengaruhi kehidupan media itu sendiri. Sehingga program pemberitaan “Kabar Temanggung”, menggunakan



berbagai strategi untuk memperbaiki isi atau konten sebagai unsur penompang hidup dari media program acara pemberitaan.

#### 4.2.2 Audiens

Seperti yang telah dijabarkan oleh peneliti sebelumnya, pada hasil penelitian program pemberitaan “Kabar Temanggung” mengalami peningkatan jumlah kepermirsaan secara signifikan setelah dilakukannya berbagai strategi. Strategi jitu yang dilakukan oleh program pemberitaan “Kabar Temanggung” yaitu dilakukan nya siaran langsung , siaran langsung sebuah event yang sering ada di Temanggung, membuat Temanggung TV memiliki banyak audiens. Siaran langsung *report* berita juga salah satu unsur yang membuat program acara pemberitaan ini menggaet banyak audiens. Oleh karenanya sebuah program acara diperlukan adanya strategi strategi untuk dapat menggaet audiens sebagai sumber keberlangsungan hidup dari sebuah media.

Audiens dari program pemberitaan “Kabar Temanggung” itu sendiri, sesuai dengan target penonton yang telah ditentukan oleh Temanggung tv dalam membuat program pemberitaan ini yaitu masyarakat yang berada di wilayah Temanggung. Juga para perantauan yang merindukan suasana yang ada di kabupaten Temanggung. Jumlah audiens juga dapat dikatakan penentu, apakah program acara tersebut dapat dikatakan berhasil ataupun tidak. Oleh karenanya, Temanggung TV perlu melakukan berbagai inovasi dalam bentuk strategi strategi sebagai wujud upaya dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal dalam menyiarkan pemberitaan lokal. Namun sangat disayangkan, sesuai dengan hasil penelitian, Temanggung TV belum dapat melihat jumlah audiens atau rating dari

tayangan program pemberitaan “Kabar Temanggung” secara rutin. Temanggung TV dapat melihat banyaknya audiens melalui youtube channel sebagai wadah penayangan ulang program pemberitaan lokal tersebut, juga melalui program pemberitaan yang disiarkan secara langsung yang dapat dipantau jumlah audiensnya.

Dengan banyaknya jumlah audiens, maka dapat menjadi sasaran empuk bagi para pengiklan, untuk melakukan kerja sama iklan dengan Temanggung TV. Banyaknya jumlah audiens pada sebuah program acara tersebut dapat diperkuat oleh teori ekologi media. Dimana audiens dan iklan dalam capital merupakan sumber penunjang kehidupan program acara, dalam mempertahankan sebuah keeksistensinya. Audiens dan iklan merupakan kebutuhan pokok dari adanya sebuah program acara diciptakan agar program acara dapat melangsungkan kehidupannya yang sesuai dengan ungkapan dari Dimmick dan Rohtenbuhler dalam ekologi media.

Dalam teori ekologi media menurut Dimmick dan Rohtenbuhler, apabila sebuah media ingin mempertahankan eksistensinya maka perlu memiliki sumber keberlangsungan hidup, sumber keberlangsungan hidup disini salah satunya ialah audiens. Salah satu sumber penunjang hidupnya sebuah media ialah audiens, apabila program acara diciptakan namun tidak memiliki audiens, maka program acara dapat dikatakan gagal. Hal tersebutlah mengapa factor audiens dapat dikatakan factor yang sangat penting sebagai penunjang hidup sebuah program acara diciptakan. Untuk memperoleh audiens, tentu saja diperlukan adanya strategi strategi jitu.

### 4.2.3 Capital

Kapital yang dimaksudkan adalah sumber keuangan, sebagai penunjang keberlangsungan hidup bagi sebuah program acara. Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka capital ataupun pendapatan yang diperoleh oleh Temanggung TV itu sendiri melalui iklan dan juga APBD Temanggung. Seperti yang telah dibahas sebelumnya dalam penelitian ini, bahwa pendapatan yang diperoleh oleh Temanggung TV juga berasal dari APBD Kabupaten Temanggung dibawah Dinas Komunikasi dan Informatika, hal ini dikarenakan Temanggung TV merupakan televisi lokal yang berada dibawah naungan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL).

Meski begitu, seperti yang telah dijelaskan oleh informan bahwa pendapatan dari Temanggung TV tidak hanya dari APBD kabupaten Temanggung saja, namun juga diperoleh dari iklan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Temanggung TV dalam program pemberitaan “Kabar Temanggung”, juga mendapatkan kerja sama iklan, dalam tiga segmen terdapat dua kali slot iklan, dengan biaya kerja sama iklan komersial yang telah ditentukan dalam Peraturan Bupati Temanggung (PerBup) tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Temanggung TV. Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, klasifikasi biaya yang ada di Peraturan Bupati Temanggung rata rata 10 Juta Rupiah.

Selain adanya iklan komersial, sesuai dengan hasil penelitian, bahwa pemasukan juga dapat melalui kerja sama, kerja sama yakni dalam bentuk penayangan segmen khusus untuk instansi yang telah mengajak bekerja sama. Atau

kerja sama ingin memiliki program khusus, untuk menayangkan sebuah instansi. Hal tersebut dapat dilakukan di Temanggung TV, namun dengan syarat dan juga proses penyeleksian ketentuan tertentu.

Hal inilah yang mampu membuat program pemberitaan “Kabar Temanggung” dapat mempertahankan eksistensinya, dengan didukung factor capital yang diperkuat dengan teori ekologi media oleh Dimmick dan Rohtenbuhler, maka sebuah program acara tidak akan mati, akan terus hidup apabila adanya pemasukan sebagai penunjang kehidupannya. Temuan hasil penelitian tersebut diperkuat dengan teori ekologi media, Dimmick dan Rohtenbuhler dalam teori ekologi media, bahwa salah satu penunjang keberlangsungan hidup sebuah media, ialah capital. Untuk memperoleh adanya penonton (audiens) yang banyak maka diperlukan adanya kualitas program acara (isi atau conten) yang ditayangkan sehingga dapat mengundang pengiklan yang mengajak untuk bekerja sama (capital).

Dari hasil hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti diatas, bahwa Temanggung TV terkhusus pada program pemberitaan “Kabar temanggung” membuktikan ke eksistensinya dengan diperkuat oleh tiga sumber penghidupan media menurut teori ekologi media. Bahwa dalam mempertahankan eksistensinya, sebuah media harus memiliki kemampuan dan juga dapat merebutkan ketiga sumber penghidupan media yaitu isi atau konten , audiens dan capital.

#### **4.3 Kendala kendala yang dihadapi**

Temanggung TV, terkhusus pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam melakukan berbagai upaya inovasi dalam bentuk strategi

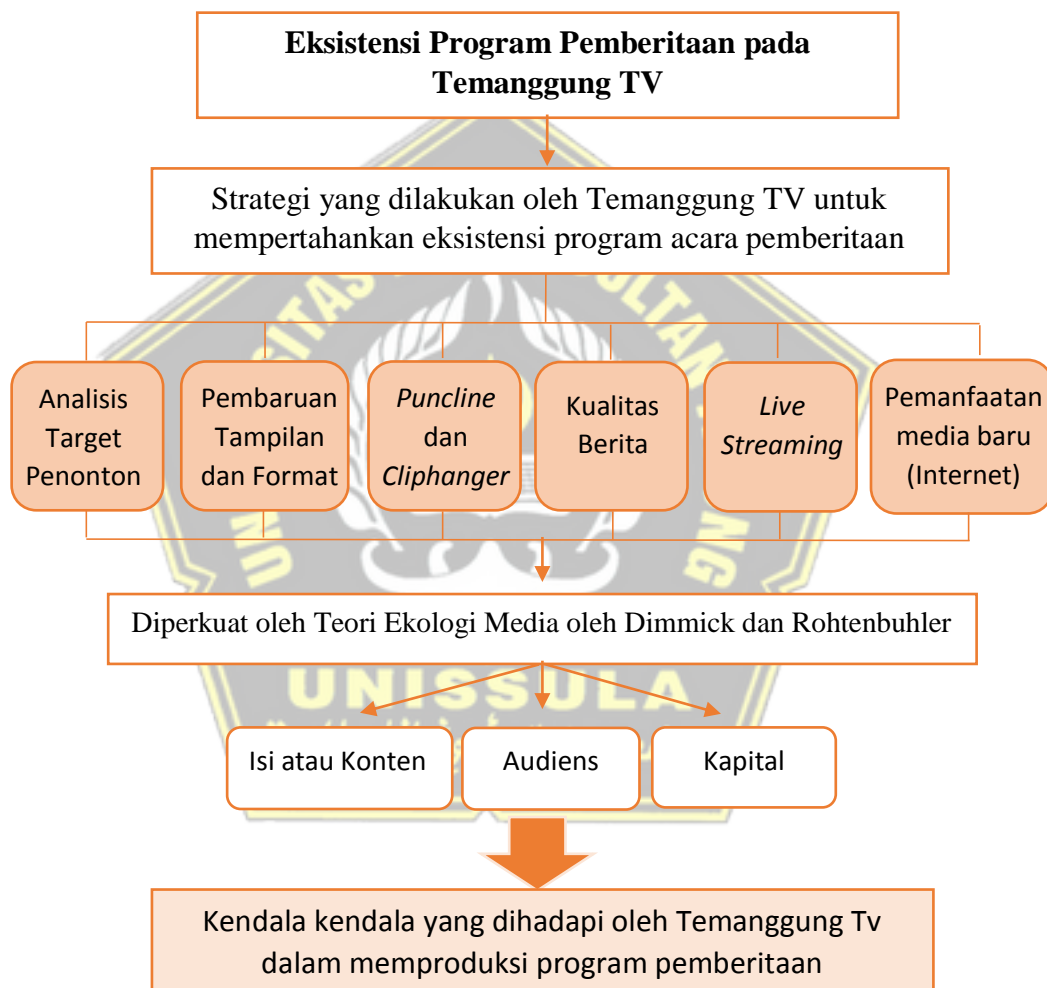
strategi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal, juga tak luput dari adanya kekurangan, tentunya beberapa kendala juga dihadapi Temanggung TV dalam menyiarkan berita lokalnya. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Temanggung TV khususnya program pemberitaan lokal “Kabar Temanggung” adalah belum dapat melihat rating secara pasti dan rutin, padahal penglihatan rating dapat menjadi acuan bagi program pemberitaan untuk melakukan inovasi-inovasi kedepannya. Dengan melihat adanya jumlah penonton secara pasti dan rutin, dapat menjadi sebuah kunci, apa yang harus diperbaiki dan dapat dijadikan sebagai evaluasi agar dapat meningkatkan jumlah audien kembali. Menurut hasil penelitian, program pemberitaan “Kabar Temanggung” mengalami peningkatan jumlah audien secara signifikan dibandingkan dengan tahun lalu. Akan tetapi, pihak dari Temanggung TV belum diberitahu secara detail berapa banyak presentase penonton secara pasti, hanya diberitahukan bahwa jumlah penonton meningkat melalui Dinas Komunikasi dan Informatika.

Kendala selanjutnya yakni, kurangnya sarana dan prasarana dalam meliput program pemberitaan. Kurangnya fasilitas meliput berita seperti kamera yang harus bergantian antara jurnalis satu dengan jurnalis lainnya, kemudian baterai kamera yang juga jumlahnya terbatas, sehingga dalam meliput berita mendapatkan hasil yang kurang maksimal. Penggunaan *lighting* yang minim, sehingga tampilan menjadi kurang maksimal.

#### **4.4 Gambaran Hasil Penelitian**

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah dijabarkan diatas, maka peneliti dapat membangun sebuah table gambaran mengenai strategi

berita lokal “Kabar Temanggung” Temanggung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Hal ini dilakukan agar hasil dan juga pembahasan yang ditampilkan akan mudah dimengerti. Berikut gambaran tabel Strategi berita lokal pada program pemberitaan “Kabar temanggung” dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal ;



**Tabel 4.1** Gambaran tabel strategiberita lokal “Kabar Temanggung”  
Sumber ; Analisa Peneliti, 2023

Dalam tabel tersebut dapat dijelaskan, bahwa dalam mempertahankan eksistensi program pemberitaan pada Temanggung TV, dilakukannya strategi

strategi oleh Temanggung TV untuk mempertahankan eksistensinya. Temuan strategi yang dilakukan adalah dilakukannya analisis target penonton, kemudian pembaruan tampilan format , punchline dan cluphanger, kualitas berita , live streaming dan juga pemanfaat media baru seperti internet. Temuan temuan strategi tersebut diperkuat dengan teori ekologi media mengenai eksistensi media oleh Dimmick dan Rohtenbuhler. Dimana dalam teori menurut Dimmick dan Rohtenbuhler, terdapat tiga sumber penunjang hidup media untuk mempertahankan eksistensinya yaitu isi atau konten, audiens dan kapital. Setelahnya baru ditemukan, kendala kendala yang dihadapi oleh Temanggung TV dalam melakukan produksi program pemberitaan yang ada di Temanggung TV terkhusus pada program acara pemberitaan “Kabar Temanggung”.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berdasarkan oleh hasil penelitian dan juga pembahasan pada bab sebelumnya yang telah dibahas guna menjawab tujuan dari penelitian ini. Dalam bab ini, peneliti ingin menarik kesimpulan tentang strategi berita lokal pada program pemberitaan “Kabar Temanggung” dalam mempertahankan eksistensinya. Selain itu, peneliti juga akan menambahkan keterbatasan penelitian serta masukan berupa saran terkait dengan strategi yang dilakukan dan diterapkan.

#### **5.1 Kesimpulan**

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat enam strategi utama yang dilakukan oleh Temanggung TV yaitu target penonton, dengan melakukan analisis karakter dari calon pemirsa yang ditargetkan yakni masyarakat Temanggung dengan menganalisis kebutuhan, karakter serta opini pada masyarakat Temanggung. Kemudian tampilan format, tampilan yang ditampilkan menekankan informasi pada yang berbobot (hardnews), tampilan berwarna biru serta editing yang dapat menjadi ciri khas dari Temanggung TV. Kemudian punchline dan cliphanger, menjadi ciri khas dari program pemberitaan dari Temanggung TV, penggunaan cliphanger dengan menggunakan kalimat kalimat menarik yang memberikan rasa penasaran terhadap penonton yang disampaikan oleh presenter “Kabar Temanggung”.



Kemudian kualitas berita, meningkatkan kualitas berita yang disiarkan bersifat apa adanya, dan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Hal ini dilakukan untuk membentuk citra, bahwa pemberitaan dari Temanggung TV merupakan program pemberitaan netral dan tidak memihak. Selanjutnya *live streaming*, siaran langsung dianggap efektif untuk meningkatkan jumlah penonton, dilakukannya siaran langsung dapat menarik perhatian penonton dengan melibatkan emosi penonton. Kemudian pemanfaatan media baru ( Internet), menggunakan saluran youtube dan social media sebagai wadah penayangan ulang program pemberitaan, untuk mengetahui menganalisis tren dan target penonton dengan platform Instagram. Strategi strategi tersebut, yang dilakukan oleh Temanggung TV dalam upaya mempertahankan eksistensinya, telah diperkuat dengan teori ekologi media oleh Dimmick & Rothenbuhler mengenai eksistensi media dimana terdapat tiga unsur untuk mempertahankan hidup sebuah media yakni isi, audiens dan kapital.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari betul bahwa penelitian yang dilakukan tidaklah sempurna. Terdapat kelemahan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini yang diharapkan dapat menjadi pembelajaran peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian. Keterbatasan pada penelitian ini yakni kurangnya mengeksplor teori yang dapat memperkaya penelitian. Peneliti sadar dalam melakukan penelitian yang terfokus pada wawancara kepada satu narasumber dan kurang menggali lebih dalam terkait keuangan perusahaan tersebut. Sehingga penelitian yang dilakukan kurang maksimal.

### 5.3 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk meningkatkan program pemberitaan Temanggung TV adalah selalu menjaga kualitas dan mengeksplor berita yang akan disiarkan dan tidak ragu untuk memunculkan ide ide baru seperti merubah tampilan background dari “Kabar Temanggung”. Peneliti menyarankan untuk lebih aktif diberbagai social media, seperti twitter dan instragram, agar berita yang disiarkan oleh Temanggung TV dapat menjalin pendekatan intens kepada target penonton dan berita dibaca oleh banyak orang.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

M.Neal, S. &. (n.d.). News Reporting & writing.

Morissan, M. A. (2018). Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi)

Wahid, W. (2022). Manajemen Penyiaran Televisi Teori dan Praktik (Upaya Prubahan untuk Bangkit dalam Keterbatasan.

Effendy. (2013). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Andi, F. (2017). Dasar Dasar Produksi Televisi : Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing. Jakarta: Kencana.

Morissan. (2013). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Kencana.

Hasrullah. (2014). Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi. Jakarta: Kencana.

Nofrion. (2016). Komunikasi Pendidikan Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran. Jakarta: Kencana.

Dudi, S. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif.

Zikri, F. N. (2015) Teori Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif.

### **Penelitian :**

Haryati. (2013). Televisi Lokal Dalam Representasi Identitas Budaya .

Naratama. (2008). Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single dan Multi Kamera .

Nia. (2021). Eksistensi Media .

- Rahayu. (2019). Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak .
- Riski. (2019). Strategi Program Talkshow Islami Dalam Menarik Penonton (Studi kasus Talkshow Lentera Ilahi I News TV Semarang).
- Wahyuni, N. A. (2018). Strategi Sriwijaya TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Billah, Z. M., & Nuraeni, R. (2021). Strategi Televisi Lokal Dalam Mempertahankan Eksistensinya (studi Deskriptif Pada Televisi Lokal Radar Tv Tasikmalaya). *eProceedings of Management*, 8(1).
- TARUNA, R. (2018). Analisis Strategi Kreatif Dalam Pemberitaan Televisi Lokal (Studi Deskriptif Pada Program Siaran “Dobrak” Jambi TV & “Iko Berita Ntah Hapo-Hapo” Jek TV).
- Taufik, M. (2019). Analisis Strategi Pemberitaan Media Lokal Rbtv (Rakyat Bengkulu Televisi) Dalam Platform Konvergensi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- SURJANA, A., Saripuddin, S., & Mardalina, M. (2019). Strategi Tim Redaksi Dalam Meningkatkan Kualitas Pemberitaan Di Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (Lpp Tvri) Jambi (Doctoral Dissertation, Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Felisia, A., & Wijayani, I. (2022). Eksistensi Tv Lokal Inews Tv Palembang Dan Pal Tv Dalam Pemberitaan Di Era Konvergensi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 382-388.
- Nasir, J., Ariyati, Y., & Wahyudi, T. D. (2023). Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(1), 49-65.

Kharisma, M. L. C. (2016). Strategi Manajemen Produksi Program Berita Detak Melayu di Riau Televisi. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 3(1), 1-12.

**Web :**

Databoks. (2022). Grup MNC Kuasai Pangsa Penonton Televisi Indonesia. Diakses pada 4 Juni 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/19/>

