

MANAJEMEN STASIUN PADANGTV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DARI TELEVISI LOKAL LAIN

Defhany

Zike Martha

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas Padang

Abstract

This study associated with management media private television broadcasting local namely padangtv. the purpose of the study is to review singer know in media management stations to maintain their existence padangtv hearts with local television another. singer research operates research is qualitative with data collection method interview form. research results show the development of strategies singer performed by padangtv stations to review persisting differences with local television is the other area in jakarta and national television programs with events how to stay maintain characterized by local wisdom.

It singers like using the language of regions and news content yang always trying to cover the latest news in the area is yang not occurred at stations other local and hearts are several programs such as program event entertainment, presenter using clothes customary its accompaniment of traditional music as well as some employees of station padangtv indeed labor recruiting yang comes from the area is the knowing west sumatra region is west sumatra. although with obstacles hearts producing indigenous programs such as the lack of capital, especially the lack of advertising what duty on each distasiun padangtv program. program problems singer is a prayer one obstacle faced by most big yang local television, thus requires the maximum effort to review the differences surviving the coming future.

Key words: management, local television, existence

Pendahuluan

Seiring berkembangnya dunia pertelevisian di Indonesia maka semakin banyak pula stasiun televisi yang bermunculan. Dari asalnya hanya stasiun televisi milik pemerintah yaitu TVRI, lalu berkembang dan bermunculan berbagai stasiun televisi swasta nasional seperti RCTI, SCTV, Indosiar, MetroTV, ANTV, TransTV, TV7 dan berubah menjadi Trans7, GlobalTV, TVOne, TPI yang berubah menjadi MNC pada saat ini. Seiring berjalannya waktu perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia pun berkembang ditandai dengan

bermunculannya berbagai televisi lokal yang siarannya tidak berskala nasional, tetapi juga berskala lokal. Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada 26 Juli 2002. Televisi lokal menjadi alternatif untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kemampuan dan menjadi media alternatif dalam muatan lokal. Kelebihan dari televisi lokal lebih memungkinkan penayangan tokoh, lembaga dan perusahaan lokal. Selain itu televisi lokal juga mampu menampung kearifan lokal dinamika masyarakat dan tayangan lebih dekat dengan emosional pemirsa. Televisi lokal juga masih menjadi alternative setelah televisi nasional. (<http://www.dotsemarang.com/televisi-lokal-media-alternatif-mengembangkan-budaya-pariwisata-daerah/>)

Potensi stasiun televisi lokal beroperasi secara optimal cukup besar. Hal ini didukung amanat UU No 32/2002, Pasal 6 ayat (2) yang menyebutkan bahwa dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Menurut PP No 50 Tahun 2005, penyiaran diselenggarakan dalam suatu sistem penyiaran yang memiliki prinsip dasar keberagaman kepemilikan dan keberagaman program siaran dengan pola jaringan yang adil dan terpadu dalam pemberdayaan masyarakat daerah. Dengan spirit otonomi daerah, dampak kehadiran televisi lokal merupakan warna baru dunia penyiaran tanah air karena selama ini kearifan lokal kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual.

Media televisi merupakan media yang sangat potensial. Sebagai media audio visual, televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi kepada individu. Televisi mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka dengar dan lihat; walaupun hanya sekali ditayangkan. Secara umum, orang akan ingat 85% dari apa yang mereka lihat di televisi setelah 3 jam kemudian, dan 65% setelah 3 hari kemudian. Potensi tersebut memposisikan televisi sebagai media nomor satu yang akan lebih diperhitungkan oleh siapapun. Pengiklan akan lebih suka menginvestasikan dananya pada media televisi dibandingkan media lainnya jika memiliki program

acara yang disukai masyarakat. Para pesohor pun, lebih memilih media televisi sebagai basis eksistensialitasnya dibandingkan media lainnya (Dwjer dalam Wibowo, 2007: 27).

Mendirikan stasiun penyiaran seperti televisi berarti harus memiliki *sense of belonging* terhadap kebudayaan masyarakat dari lokasi penyiaran tersebut. Seluruh hal tersebut harus diperhitungkan dahulu oleh pemilik media dalam mendapatkan gambaran jasa penyiaran seperti apa yang disukai oleh masyarakat dan mendapatkan keuntungan bagi stasiun penyiaran seperti televisi.

Publik menaruh harapan sangat tinggi terhadap televisi lokal. Paket tayangan yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi, pendidikan dan unsur kedaerahan menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat dalam upaya optimalisasi pembangunan daerah.

Sehingga kehadiran televisi lokal, menjadi solusi penting untuk hal tersebut. Selain itu dalam perspektif Otonomi Daerah, kehadiran televisi lokal dapat mengurangi sentralisme informasi dan bisnis. Kehadiran televisi lokal membuat pemirsa tidak hanya dijejali informasi, budaya, dan gaya hidup global yang dihadirkan oleh televisi nasional.

Pemirsa atau penonton televisi lokal akan lebih banyak menyaksikan berbagai peristiwa dan dinamika di daerah dan lingkungannya. Oleh karena itu, media penyiaran televisi lokal merupakan kebutuhan masyarakat di daerah dalam proses menyeimbangkan informasi, termasuk untuk mengangkat kearifan lokal sebagai ciri yang kental dari masyarakat Indonesia.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana manajemen media di stasiun PadangTV dalam mempertahankan eksistensinya dari televisi lokal lain ?
- b. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada stasiun PadangTV ?

Landasan Teori

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa kenyataan itu

hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Pengetahuan hasil bentukan manusia itu tidak bersifat tetap tetapi berkembang terus. Penelitian kualitatif berlandaskan paradigma konstruktivisme yang berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada subjek dan bukan pada objek, hal ini berarti bahwa ilmu pengetahuan bukan hasil pengalaman semata, tetapi merupakan juga hasil konstruksi oleh pemikiran (Arifin, 2012: 140).

Menurut Dedy (2004) Paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan dalam menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia pekerjaan yang mereka geluti (Arifin, 2012: 159).

Menurut Patonn (2002) para peneliti konstruktivisme mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik (Arifin, 2012:139). Dengan demikian, penelitian dengan strategi ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut.

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna ataupun pemahaman perilaku dikalangan mereka sendiri. Kajian pokok dalam paradigma konstruktivisme menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan

perorangan yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami dan mengkonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman si subyek yang akan diteliti (Arifin, 2012: 185).

Metodologi

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang, Sumatera Barat dengan obyek riset yaitu stasiun PadangTV beralamat Gedung Graha Pena Jl. Adi Negoro Lubuk Buaya, Padang, Sumatera Barat. Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sekitar 1 bulan pada tanggal 25 Juni 2014 dan 2 Agustus 2014. Tahap yang dilakukan pertama kali adalah mewawancarai beberapa manajer dan beberapa karyawan di stasiun PadangTV yang kemudian melakukan observasi nonpartisipan.

Sajian dan Analisis Data

a. Manajemen Media Di Stasiun PadangTV Dalam Mempertahankan Eksistensinya dari Televisi Lokal Lain

Manajemen media televisi lokal PadangTV dalam mempertahankan eksistensinya pada persaingan industri penyiaran televisi lokal lainnya di daerah dan industri penyiaran televisi pusat dengan berkompetensi dalam memproduksi program acara lokal. Stasiun televisi lokal telah menunjukkan kompetensi dalam memproduksi program baik program berita maupun program acara, yang tampak dari persentase sumber programnya. Pada stasiun PadangTV, sumber program acara lokal sebesar 80% yang bersifat lokal. Isi dari stasiun televisi lokal tersebut dalam memproduksi program acara tidak lepas dari kesiapan SDM, keuangan dan teknologi yang dimiliki.

Produksi program berita merupakan salah satu produk unggulan stasiun televisi PadangTV, karena format program ini memiliki mata program yang cukup dominan dibanding dengan format program yang lain, seperti program acara *sport*, *religijs*, *kids*, dan *entertainment*. Program berita yang berbasis pada peristiwa lokal merupakan keunggulan stasiun televisi ini yang isi beritanya

memuat peristiwa setempat di Sumatera Barat yang selebihnya menjadi porsi program hiburan dan persuasif. Dominannya program berita lokal tersebut menunjukkan televisi lokal ini berusaha menerapkan asas *proximitas* (kedekatan geografis dan psikologis dengan masyarakat. Dengan menyajikan berita lokal yang mampu menempatkan televisi lokal ini sebagai bagian dari masyarakat setempat dan memberikan ruang bagi masyarakat daerah dan peristiwa lokalnya untuk ditayangkan di televisi lokal masyarakat Padang, seperti berita di televisi nasional. Menjadi berita di televisi tidak selamanya milik orang Jakarta dan di televisi nasional saja, peristiwa dan orang di daerah pun dapat tampil di televisi.

Lokalitas berita yang dimiliki stasiun televisi lokal bisa atau dapat diangkat menjadi berita nasional melalui kerjasama dengan televisi nasional. UU No.32 tahun 2002 pada pasal 18 ayat 3 yang berbunyi “pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional dan nasional baik untuk jasa cakupan wilayah siaran lokal, regional dan nasional, baik untuk informasi masyarakat.” Kompetensi televisi lokal ini yaitu PadangTV dalam menyajikan berita lokal tidak membutuhkan biaya operasional yang besar seperti pada produksi program acara yang lain. Dengan sumber daya manusia yang hanya terdiri dari seorang reporter dan kameramen dan penyunting video, televisi lokal ini mampu menyajikan berita dengan baik. Terlebih apabila televisi lokal ini telah memiliki basis di dunia media massa khususnya surat kabar, kemampuan menyajikan berita akan sangat mendukung dan terdukung oleh kompetensi dasarnya tersebut.

Kerjasama televisi lokal dengan pihak eksternal setempat perlu digalakkan dalam rangka menerima peluang dari regulasi pemerintah yang tertuang dalam UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran pada pasal 36 ayat 2 yang berbunyi “isi siaran dari jasa penyiaran televisi yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran swasta lokal dan lembaga penyiaran publik, wajib memuat sekurang-kurangnya 60% mata acara yang berasal dari dalam negeri. Batasan tersebut merupakan peluang bagi mudahnya rumah produksi lokal untuk berpartisipasi dalam pembuatan program televisi lokal, dan merupakan tantangan bagi stasiun televisi lokal untuk memiliki kompetensi standar dalam produksi program, namun format kerjasama antara televisi lokal, rumah produksi dan pengiklan belum terbentuk

dengan baik di daerah, kondisinya jauh dari apa yang telah dicapai oleh stasiun televisi nasional. Bahkan ada rumah produksi yang menawarkan produk program acaranya ke sebuah stasiun televisi lokal, tetapi malah diminta membayar biaya siaran yang tinggi.

Potensi daerah untuk diangkat sebagai daya saing daerah tercermin dalam UU No.32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah pada pasal 2 ayat 3 yang berbunyi “yang dimaksud dengan daya saing daerah” dalam ayat ini merupakan kombinasi antara faktor kondisi daerah, kualitas kelembagaan publik daerah, SDM dan teknologi, yang secara keseluruhan membangun kemampuan daerah untuk bersaing dengan daerah lain”. Dalam berdaya saing potensi daerah tersebut perlu disosialisasikan agar daerah lain dan pemerintah pusat mengetahui keunggulan suatu daerah. Sosialisasi efektif terhadap potensi daerah salah satunya melalui medium televisi lokal untuk memproduksi dengan muatan yang bersifat kedaerahan.

Sebagai televisi lokal di Sumatera Barat, dengan jargon “Maju Bersama”, PadangTV berkomitmen untuk mengembangkan potensi daerah dan mengembangkan potensi daerah dan memberikan yang terbaik bagi daerah secara luas. PadangTV hadir dengan kepedulian memberikan informasi dalam bentuk *audio visual* kepada masyarakat Sumatera Barat dengan program-program yang mengedepankan potensi lokal. Program yang ditawarkan PadangTV yang mengarah kepada visi dan misi dari PadangTV yang memperhatikan potensi lokal daerah.

Strategi konten lokal yang disajikan stasiun PadangTV dalam program acaranya dengan menggunakan bahasa daerah yaitu bahasa Minang dan baju adat yang digunakan oleh presenter seperti program acara Kucindang Minang dan terkadang pada program berita yang menampilkan gambar-gambar daerah Sumatera Barat yang diiringi oleh musik tradisional seperti saluang seperti alat musik tiup dan para pekerja dari stasiun PadangTV yang merupakan asli orang Minang karena jika orang Minang atau orang lokal maka tidak akan sulit dalam meliput berita yang selalu menjumpai masyarakat Minang. Kesemua strategi tersebut yang selalu dilakukan oleh PadangTV dalam membuat konten lokal yang

disenangi oleh masyarakat Padang agar timbul rasa suka, senang dan kedekatan emosional pada program acara yang disiarkan oleh PadangTV.

Peran sosial ekonomi televisi lokal sebagai media penyiaran telah diatur dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran ayat 1 yang berbunyi “penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial”, dan ayat ke 2 yang berbunyi “dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat ke 1 penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan”.

Sebenarnya regulasi penyiaran di Indonesia tidak menganut aliran Liberalisme pasar secara murni, melainkan pada konsep keberagaman isi (*diversity of content*) dan keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*). Perhatian televisi lokal terhadap potensi lokal bagi segi ekonomi, budaya, sosial maupun pendidikan tersebut tidak hanya cukup dituangkan dalam visi dan misi tetapi sampai pada isi program yang ditayangkan.

Berdasarkan konten regulasi penyiaran di Indonesia yang mensyaratkan bahwa isi konten program acara yang diproduksi bermuatan lokal harus mencapai 60% isi siaran yang disiarkan. Pada Program acara berita (*news*) yang ada di stasiun PadangTV yang membahas potensi lokal Sumatera Barat adalah *Detak Pagi, Telusur, Detak Sore, Detak Pilihan, Salingka Minang, Kabek (Kaba Padek), Detak Sumbar, Detak Sore, Koran Esok* yang termasuk program acara yang berusaha menampilkan berita daerah Sumatera Barat. Televisi lokal ini berupaya memformulasikan dalam program acara yang isinya mengangkat potensi daerah, kinerja Pemda setempat, berita hangat didaerah, budaya daerah, dan industri lokal yang merupakan kemampuan televisi lokal PadangTV dalam mencitrakan kekhasan daerah.

Pada acara *non news* atau hiburan yang diproduksi sendiri adalah program acara kucindan Minang dan musik rang Minang yang berisi program acara lagu lagu daerah Minang yang tradisional maupun yang modern. Sedangkan pada program acara *talk show* yaitu program acara indahny islam dan tadarus serta blusukan ramadhan. Sedangkan pada program acara yang bersifat informasi atau edukasi yaitu pada program acara jejak sufi dan babaso. Keseluruhan program

acara yang diproduksi sendiri yang bermuatan lokal oleh stasiun PadangTV ada sekitar 13 program acara bersifat berita dan hiburan serta edukatif dari total program acara selama 1 hari yaitu ada sekitar 20 program acara, data ini berdasarkan pada jadwal program acara di PadangTV pada hari senin, tanggal 11 Agustus 2014, dimana program acara berkonten lokal ada sekitar 50% yang disiarkan oleh PadangTV.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di stasiun PadangTV yang menunjukkan bahwa televisi lokal ini memiliki perhatian pada kebudayaan atau kesenian daerah setempat. Perhatian itu tercermin melalui visi dan misi stasiun PadangTV yaitu Visi PT. Padang Media Televisi menjadikan Kota Padang dan sekitarnya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi, dan budaya Provinsi Sumatera Barat, dan mendukung kebudayaan dan filosofi budaya dan aspek kehidupan yang populer dengan moto Adat Basandi Syarak/Syarak Basandi Kitabullah (ABS/SBK), dan ikut menggelorakan semangat otonomi daerah dalam rangka NKRI.

Dan Misi PT. Padang Media Televisi membuat dan menayangkan program-program siaran yang mampu meningkatkan ketahanan budaya Minangkabau dalam menghadapi era globalisasi; Menjadi sarana untuk mendokumentasikan budaya-budaya daerah Minangkabau; Membuat dan menayangkan program-program siaran yang mampu memperkuat pelaksanaan otonomi daerah dan masyarakat madani; Mengembangkan dan menayangkan beragam program siaran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, dan mempunyai kontrol sosial di masyarakat.

Slogan stasiun PadangTV merupakan salah satu wujud kepedulian televisi lokal ini pada kebudayaan atau kesenian daerah, yaitu "Maju Bersama". Hal itu sebagaimana pendapat dari Bang Imu selaku Manajer program dan produksi dan Bang Dasrul selaku Executive Producer bahwa televisi lokal harus memiliki idealisme kuat jika ingin mengangkat budaya daerah, terutama karena harus menghadapi resiko rendahnya rating yang akan berpengaruh pada aliran iklan.

Wujud perhatian stasiun televisi lokal ini pada budaya daerah atau seni di daerah yang tampak pada program acara yang diproduksi yaitu musik rang

Minang, dan kucindan Minang yang merupakan program acara lagu-lagu Minang yang bersifat hiburan dan paco-paco yang program acara bersifat informasi seputar kegiatan seremonial atau agama di masyarakat Sumatera Barat. Budaya identik dengan kesenian daerah atau kesenian lokal. Budaya sebenarnya lebih berarti sebagai hasil budi dan daya dari masyarakat. Dengan demikian, budaya lokal berarti pula hasil budaya dari masyarakat lokal dalam berbagai aspek, termasuk dalam berbahasa, cara berpakaian, kegiatan adat secara rutin yang dilakukan dan kepercayaan.

Menceritakan kekhasan daerah dapat pula melalui penggunaan bahasa daerah dalam program televisi. Hal ini sudah diatur dalam UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran, pasal 38 ayat 1 yang berbunyi “bahasa daerah dapat digunakan sebagai bahasa pengantar dalam penyelenggaraan program siaran muatan lokal dan apabila diperlukan, untuk mendukung mata acara tertentu”. Penggunaan bahasa daerah diprogram televisi telah dilakukan oleh televisi lokal PadangTV yang menggunakan bahasa Minang dalam program berita yaitu *Salingka Minang*, *Kabek (Kaba Padek)*, *Detak Malam*, dan *Detak Pilihan* yang itu semua merupakan program acara berita (*news*) dan program acara hiburannya yaitu *Musik Rang Minang dan Kucindan Minang*.

PadangTV memiliki program acara hasil kerjasama dengan Pemda setempat seperti program acara dialog malam dan indahnya islam. Pada program acara dialog malam acara ini hasil kerjasama yang dikemas dalam siaran langsung dengan format *talkshow*, karena format ini relatif hemat biaya produksi, lebih fokus pada inti pesan yang disampaikan, dan lebih interaktif yang melibatkan peran serta pemirsa melalui tanya jawab. Sedangkan pada program acara indahnya islam yang bersifat *nonlive*, Gubernur Sumatera Barat memberikan tausiyah kebeberapa instansi pemerintah yang ada di kota Padang selama bulan ramadhan.

Adapun karakteristik media televisi yang kemudian mempengaruhi karakteristik berita sebagai salah satu programnya, adalah sebagai berikut: Cepat dalam pelaporan berita daripada infomasi yang lain, hampir dalam waktu bersamaan ketika peristiwa itu terjadi, Meliputi wilayah yang luas dalam satu waktu, Mudah untuk dimengerti bahkan bagi anak-anak yang belum dapat

menulis dan membaca, Tidak mungkin diulang, atau dikonfirmasi lagi dari sisi penerima, Hanya komunikasi satu arah dari pengirim ke penerima.

Bila televisi lokal telah menjadi tuan rumah di daerahnya sendiri, rasanya cita-cita mewujudkan sistem penyiaran nasional yang berkeadilan bukanlah sebuah impian yang belaka. Kalau hanya kebetulan saja sama, tidak begitu menjadi masalah. Tapi kalau kecenderungan itu adalah karena meniru atau ikut arus, maka kecenderungan ini mencerminkan bahwa pengelolaan atau manajemen media televisi di Indonesia belum menjalankan perannya secara maksimal karena masih mengandalkan kemampuan meniru bukan orisinalitas suatu program. Padahal orisinalitas sangat menentukan kualitas dari program itu sendiri. Ketika stasiun A membangun suatu program tanpa mencontek program stasiun lain dan ternyata diterima dan menjadi acara favorite penonton, dengan sendirinya akan menjadi keunggulan dan keunikan tersendiri bagi stasiun televisi tersebut. Orang akan mengingat bahwa stasiun A mempunyai kemampuan untuk membangun program yang berkualitas.

Pada saatnya nanti, ketika akan membuat program-program lainnya, stasiun itu akan terbantu oleh *image* yang telah melekat di benak penonton terhadap stasiun tv mereka. *Image* atau citra ini dapat digunakan sebagai strategi untuk memagari penonton sehingga tidak lari ke stasiun lain. Dengan begitu ada terdapat ruang bagi masyarakat daerah untuk mengekspresikan hasrat, kepentingan, kebudayaan, nilai, dan cara pandang orang daerah di ruang publik yang bernama penyiaran. Sehingga tercipta penyiaran yang berkeadilan mendudukan kepentingan daerah dan kepentingan Jakarta pada posisi yang setara dan sejajar.

Arti pentingnya *image* atau citra terletak pada cap-cap yang melekat pada diri stasiun tersebut yang dengan sendirinya mampu mempengaruhi penonton menentukan jenis informasi apa yang dia inginkan dan melalui stasiun televisi mana dia percaya untuk memperolehnya. Stasiun televisi A adalah stasiun anak-anak, stasiun televisi B adalah tivi hiburan, atau stasiun televisi C adalah stasiun televisi berita. Ketika orang ingin melihat berita, maka ia sudah pasti akan melihat stasiun televisi C karena dia benar-benar 'mumpuni' di pemberitaan (*cover both*

side, independen, tidak ada kepentingan, dll.), atau kalau ingin melihat acara-acara hiburan, orang akan memilih stasiun televisi B, karena stasiun itu menampilkan acara-acara yang menarik, kreatif dan menghibur, dan seterusnya.

Terkadang ada kualitas tayangan lokal yang digunakan oleh stasiun televisi nasional, hal ini dibuktikan dengan adanya hasil tayangan televisi lokal yang dipakai oleh stasiun televisi nasional khususnya program berita yang tidak sempat diliput oleh kru televisi nasional. Pentingnya aktualisasi diri daerah melalui televisi berangkat dari titik awal adanya kenyataan bahwa masyarakat di daerah belum mengenal dengan baik tentang daerahnya sendiri, baik potensi maupun keunggulan yang dimilikinya. Seharusnya masyarakat tersebut mengetahui daya tarik daerahnya, untuk kemudian turut membangun dan pada akhirnya akan bangga pada daerahnya sendiri. Aktualitas pada lokalitas di daerah sejalan dengan gerakan dalam pembangkitan daerah lokal dalam kerangka otonomi daerah, setiap daerah akan mendapatkan kesempatan untuk membangkitkan inisiatif daerahnya, membangkitkan kreativitas dan inovatif budaya lokal yang bisa bersaing dengan daerah lain dalam perkembangan kemajuan nasional.

Televisi lokal tidak boleh disamakan eksistensinya dengan televisi yang berlokasi di Jakarta. Televisi yang ada di Jakarta telah tumbuh dan berkembang begitu kuat dan ditopang oleh sistem manajemen yang baik. Ini dapat dilihat dalam pendapatan iklan mereka. Bila diibaratkan, keadaan televisi yang ada di Jakarta telah berlari sejauh 10 kilometer, sedangkan televisi lokal baru melangkah sejauh 100 meter. Ketimpangan ini yang mengharuskan adanya pemihakan regulasi yang dibuat oleh regulator penyiaran. Apalagi, Undang- Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menyatakan dengan tegas bahwa izin penyelenggaraan penyiaran lebih diprioritaskan bagi pemohon (masyarakat) di mana frekuensi dialokasikan.

Pemihakan itu kemudian dituangkan dalam produk peraturan. Dari sisi televisi lokal, harus segera dilakukan upaya, antara lain pertama, televisi lokal harus mampu menciptakan keunikan dari program siaran yang dikelolanya. Bila hal ini dapat dilakukan, setidaknya televisi lokal dapat membangun posisi tawar di

hadapan televisi Jakarta dan dapat meraih pemirsa daerah yang selama ini menjadi penonton royal televisi Jakarta. Namun, bila muatan siaran yang diproduksi dan ditayangkan televisi lokal sama dengan apa yang disiarkan oleh televisi Jakarta, pemirsa di daerah akan enggan menonton televisi lokal. Pada akhirnya televisi lokal hanya menjadi subordinasi dari "kekuasaan" penyiaran yang ada selama ini. Kedua, industri televisi lokal harus merekrut sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan ahli dalam mengelola televisi, perekrutan didasarkan pada penguasaan pengetahuan penyiaran dan pengelolaan bisnis yang efektif dan efisien.

Revitalisasi lokalitas perlu dilakukan televisi lokal dalam kerangka penguatan identitas daerah dan komunitas adat lokal. Dilain pihak pemerintah daerah dan KPID semestinya memberikan kesempatan bagi televisi lokal untuk mengembangkan diri sesuai kebutuhan dan dinamikan masyarakat setempat, sesuai dengan semangat otonomi dan desentralisasi, karena keberadaan televisi lokal setidaknya dapat diposisikan untuk pemberdayaan masyarakat di daerah, pendidikan dan konteks NKRI. Seluruh media lokal dapat menjiwai karakter, dinamika masyarakat di daerah.

Televisi lokal yang berbasis pada budaya daerah dapat dikembangkan untuk memperkuat budaya nasional dan identitas nasional melalui televisi lokal berjaringan yang terhubung dalam satu saluran. Dengan berlandaskan pada kepentingan lokal tetapi mencerminkan nilai dan kepentingan nasional, yang akan membuat televisi lokal memiliki implikasi nasional bahkan implikasi global. Lokalitas sangat dekat dengan makna kedaerahan (primordial) kemudian melahirkan semangat lokal diberbagai bidang.

Gelora semangat lokal tumbuh subur terkait dengan terbebasnya masyarakat dari pengalaman buruk sebelumnya dimasa orde baru. Selain itu semangat lokal juga dilatarbelakangi oleh gerakan membentuk budaya global dalam arus globalisasi. Lokalitas perlu diarahkan pada upaya merevitalisasi dan mereposisi nilai-nilai lokal, kearifan lokal serta termasuk didalamnya estetika lokal yang terkandung dalam kebudayaan daerah, yang telah luntur. Kearifan

lokal tersebut dilihat dari berbagai perspektif ilmu, seperti ilmu budaya, adat istiadat, agama, sejarah, sastra dan lainnya.

B. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang Ada pada PadangTV

Berdasarkan analisis data, terdapat beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada PadangTV yang terdiri dari:

a. Peluang

Perilaku konsumen di Kota Padang umumnya konsumtif, hedonis, dan narsis; Minat audien masih ada pada media televisi lokal ini; Pemerintah lebih menyukai sosialisasi program-programnya melalui iklan maupun non-iklan di media televisi. Hal ini tentunya berkorelasi positif dengan pendapatan iklan media televisi; Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. Walaupun teknologi yang digunakan di stasiun PadangTV kurang begitu canggih dibandingkan dengan stasiun televisi swasta nasional di Jakarta dan teknologi yang digunakan kurang maksimal jumlahnya.

b. Ancaman

Kurangnya kesadaran berbudaya pada *coverage area* Padang TV, yang tentunya berseberangan dengan visi, misi, dan tujuan Padang TV; Kondisi geografis Sumatera Barat yang berbukit-bukit, sehingga sulit bagi Padang TV untuk mengembangkan *coverage area*-nya; Perkembangan teknologi memberikan alternatif lain bagi masyarakat untuk memilih media lain untuk mendapatkan informasi dan hiburan ; Adanya kemungkinan persaingan yang semakin ketat di masa yang akan datang.

c. Kelemahan

Peralatan teknis yang dimiliki Padang TV masih minim; Teknologi yang dimiliki Padang TV belum maksimal dan masih minim dari standar broadcast; Kualitas gambar yang dihasilkan Padang TV belum maksimal ; Sumber daya manusia yang dimiliki sedikit dan terkadang kurang berpengalaman.

d. Kekuatan

Dengan program-program yang telah ada Padang TV telah menjadi pemimpin pasar di *coverage area*-nya; Padang TV memiliki program-program yang cukup menarik; Padang TV memiliki karakter yang lebih kuat di benak konsumen dibandingkan pesaing; Padang TV memiliki jam tayang yang lebih panjang; Padang TV rata-rata menayangkan program yang diproduksi sendiri; Padang TV memiliki jangkauan siaran yang cukup luas; Program Padang TV mencakup hampir semua segmen ; Stasiun televisi yang paling banyak memiliki kegiatan *off air*, sehingga lebih banyak berinteraksi dengan masyarakat; Tergabung dalam satu grup perusahaan yang sama dengan Padang Ekspres yang merupakan media substitusi dalam industri ini.

Kesimpulan

Strategi yang dilakukan oleh stasiun PadangTV untuk tetap bertahan dengan televisi lokal lainnya di daerah tersebut dan televisi nasional di Jakarta dengan cara tetap mempertahankan program acara yang bercirikan kearifan lokal. Hal ini seperti menggunakan bahasa daerah dan isi berita yang selalu berusaha meliput berita terkini di daerah yang tidak terjadi di stasiun lokal lainnya serta dalam beberapa program acara seperti program acara hiburan, presenter menggunakan baju adat yang diiringi musik tradisional serta beberapa karyawan di stasiun PadangTV merekrut tenaga kerja yang memang berasal dari daerah Sumatera Barat yang mengenal daerah Sumatera Barat.

Kekuatan PadangTV yakni memiliki program-program yang cukup menarik, memiliki karakter yang lebih kuat di benak konsumen, memiliki jam tayang yang lebih panjang; menayangkan program yang diproduksi sendiri; memiliki jangkauan siaran yang cukup luas; program mencakup hampir semua segmen dan paling banyak memiliki kegiatan *off air*. Kekurangan PadangTV terkait peralatan teknis terbatas dan SDM sebagian masih kurang. PadangTV memiliki peluang minat audiens yang masih minat televisi lokal, pemerintah lebih menyukai sosialisasi program-programnya melalui iklan maupun non-iklan di media televisi, pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. Tantangan soal *coverage area* yakni kurangnya kesadaran berbudaya, kondisi geografis Sumatera

Barat yang berbukit-bukit, persaingan ketat dengan media lain di masa yang akan datang.

Saran

Kampanye media yang mempunyai konten lokal harus digalakkan. Pasalnya lokalitas informasi detik ini menjadi sebuah sisi kedekatan pada masyarakat di daerah. Media yang memuat konten lokal terbukti secara tidak langsung mengangkat potensi daerah yang bersangkutan. Selayaknya stasiun PadangTV menambah sumber daya manusia yang memiliki kemampuan secara keilmuan, skill maupun pengalaman di dunia pertelevisian, karena hal ini akan menjadikan sistem kerja lebih tertata dan sesuai dengan kaidah pertelevisian secara umum.

Daftar Pustaka

- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Rosdakarya
- Mulyana, Dedy. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Wibobo, Fred.(2007). *Teknik Produksi Program TV*.Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- <http://www.dotsemarang.com/televisi-lokal-media-alternatif-mengembangkan-budaya-pariwisata-daerah/>
- UU No 32/2002 tentang Penyiaran
- PP No 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta