

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi merupakan suatu tindakan perekaan terhadap berbagai sumber daya yang ada untuk memudahkan kehidupan manusia. Perekaan sumber daya ini akhirnya melahirkan berbagai sarana atau alat-alat yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Dengan teknologi komunikasi, manusia lebih mudah mengakses segala hal yang ingin mereka ketahui.

Teknologi komunikasi merupakan peralatan perangkat keras, organisasi, struktur dan nilai-nilai sosial yang digunakan individu untuk mengumpulkan, memproses dan bertukar informasi dengan individu lainnya.¹ Dalam hal ini dapat diketahui bahwa fungsi teknologi untuk mempermudah manusia untuk saling bertukar informasi. Biasanya alat atau teknologi yang digunakan dalam bertukar informasi adalah media massa dan disebut juga komunikasi massa.

¹ Yuyuk Harumiwati dkk, *Televisi Media dengan Kodrat yang Menghibur*, (Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2013) h.12

McLuhan juga menyebutkan bahwa media massa adalah ekstensi atau perpanjangan dari inderawi manusia (*extention of man*). Media tidak hanya memperpanjang jangkauan kita terhadap suatu tempat, peristiwa, informasi, tapi juga menjadikan hidup kita lebih efisien. Lebih dari itu media juga membantu kita dalam menafsirkan tentang kehidupan kita. (*Teory Determinisme Technology, Marshall McLuhan, 1962*).²

Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio casett*, dan sebagainya.³

Pada era modern ini banyak para pakar ilmu komunikasi yang mendefinisikan dan memperdebatkan mengenai kekuatan media massa dalam mempengaruhi pendapat khalayak. Menurut Monica Dian Adelina, seorang peneliti dari *The Interseksi*

² Yuyuk Harumiwati dkk, *Televisi Media dengan Kodrat yang Menghibur*, (Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2013) h.56

³ John Downing, *The Handbook of Media Studies*, (london: Sage Publication, 2004) h. 24

Foundation menyatakan bahwa sesungguhnya media itu sangat *powerfull*. Media tidak hanya sanggup memengaruhi opini publik, tapi juga tindakan publik. Dalam teori peluru dijelaskan bahwa media menyajikan stimulasi kuat yang secara seragam diperhatikan oleh audiens. Stimuli ini mampu membuat opini audiens terbangun secara bersamaan.

Dengan pernyataan di atas dapat diartikan bahwa pada masa ini media berperan penting dalam kehidupan. Dengan media, manusia dapat menemukan banyak hal tanpa batasan, sehingga hal ini berdampak besar bagi kehidupan. Berbicara mengenai dampak pasti akan selalu ada dampak positif dan dampak negatif. Dalam penggunaan media itu sendiri manusia atau pengguna media yang bisa mengendalikan dampak yang akan mereka dapatkan.

salah satu media massa yang menyajikan informasi, hiburan, kebudayaan, dan pengetahuan yaitu televisi. Tidak bisa kita pungkiri bahwa televisi sudah bukan lagi barang mewah bagi sebagian besar penduduk di dunia. Hampir seluruh rumah memiliki benda yang satu ini. Beragam stasiun TV dengan aneka

program siaran yang disajikan dengan kualitas gambar dan tata suara yang apik, menjadikan televisi sebagai sumber segala informasi, berita, juga hiburan yang dibutuhkan kita semua.

Televisi merupakan media yang dianggap penting dan paling memengaruhi khalayak dalam hal penyampaian informasi. Informasi yang diberikan dikemas dalam bentuk sebuah acara yang dinamakan berita sebagai program utama di setiap stasiun televisi.⁴

Sementara, pada wajah lain kreativitas mengelola ide bertumbuh deret hitung. Pada aspek apresiasi, masyarakat diperkenalkan dengan berbagai jenis program televisi dari berbagai bentuk kuis, *talk show*, opera sabun hingga variety show. Inilah transformasi masyarakat lisan dan baca menjadi masyarakat televisi. Sebuah migrasi besar-besaran panduan media yang menjadikan seluruh kehidupan akan mendapatkan bias dari televisi.

Melihat dari sisi media televisi sebagai industri, memang menjadi sebuah dilema dan permasalahan tersendiri antara

⁴ Tio Dwi Nata dkk, *Teknologi Komunikasi dan Redaksi Semu Media Massa*, (Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2014) h.44

idealisme program siaran yang akan disajikan dengan pertarungan untuk mendapatkan “pendapatan” agar mampu mempertahankan eksistensinya. Masyarakat audience sebagai tolak ukur sajian program siaran juga menjadi kurang objektif ketika dihadapkan pada kebutuhan pelaku iklan sebagai nyawa industri televisi. Bahkan secara umum masing-masing stasiun televisi di Indonesia belum punya identitas diri agar lebih mudah dikenal masyarakat.

Dari segala yang tersaji dalam tayangan televisi serta manfaat-manfaat yang terkandung dalam siaran televisi, tidak terlepas dari kinerja sumber daya manusia yang berkecimpung dalam pembuatan konten televisi yang tersiar serta kinerja dalam mengatur manajemen pertelevisian agar tetap eksis dan banyak ditonton oleh masyarakat. Kinerja sumber daya manusia sangat berperan penting dalam mengatur bagaimana stasiun televisi tersebut akan berjalan. Berkembang atau tidaknya suatu stasiun televisi tergantung pada sumber daya manusia yang mengelolanya baik televisi lokal maupun nasional. Terutama televisi lokal yang harus berjuang lebih besar agar tetap diminati

masyarakat. Karena keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki stasiun televisi lokal.

Persaingan antar stasiun televisi yang sangat ketat membuat setiap stasiun televisi harus semakin memeras pemikirannya agar dalam bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Seperti yang bisa kita lihat saat ini semakin menjamurnya stasiun-stasiun televisi lokal yang didirikan di beberapa daerah. Namun sayang karena kekurangan sumber daya manusia yang kompatibel atau faktor manajemen perusahaan yang kurang mampu atau bahkan kurang jeliya membidik peluang program siaran kelokalan yang cocok untuk kultur audience lokal, maka banyak dijumpai stasiun televisi lokal yang belum begitu maju dan hanya terkesan bertahan atau gulung tikar. Hal ini dapat dilihat adanya benang merah ketika membandingkan televisi lokal yang harus berusaha bertarung untuk menggaet pemirsa lokalnya dengan televisi nasional dengan daya tarik sajian program acaranya yang mampu menjangka *audience* secara luas.

Selain permasalahan di atas, televisi lokal sekarang harus berjuang lebih keras dengan adanya persoalan rancangan peraturan pemerintah tentang penyiaran yang berpotensi membatasi banyak hal di dunia penyiaran kita. Rancangan peraturan pemerintah tentang penyiaran ini dalam realitanya sangat tidak sejalan dengan UU Penyiaran, yang seharusnya dipegang oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), banyak terpangkas dengan kewenangan pemerintah yang terlalu besar. Sehingga mengingatkan kita pada jaman orde baru yang serba mengikat dan tidak mendapatkan kebebasan dari pemerintah (Asosiasi Televisi Lokal Indonesia).

Hal ini tentunya menjadi keprihatinan, ketika televisi lokal yang diharapkan sebagai warna baru dunia penyiaran tanah air dan menjadi salah satu media massa yang menjadi kebanggaan masyarakat daerah dengan semangat kelokalan atau otonomi daerah sudah harus berhadapan dengan berbagai tantangan. Setiap daerah merasa kurang optimal dalam menyiarkan kebudayaan dalam wujud *audio visual*. Sehingga kehadiran televisi lokal, menjadi solusi penting untuk hal tersebut. Paket

tayang yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi dan unsur kedaerahan lainnya tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat tersebut, demi optimalisasi pembangunan setempat. Termasuk diantaranya harapan atas peluang pembukaan lapangan pekerjaan baru bagi daerah.

Banten TV atau Banten Raya TV (Baraya TV) merupakan stasiun televisi swasta teresterial lokal berjaringan asal Serang Banten, Indonesia yang dimiliki oleh Radar Banten. Banten TV berada di Channel 50 UHF. Dengan moto TV kebanggaan Banten. BARAYA TV adalah anak perusahaan dari Radar Banten. Banten TV tidak akan terlepas dari Radar Banten. Karena Radar Banten sendiri menaungi beberapa anak buah perusahaan salah satunya Banten TV. Banten TV juga memberikan layanan informasi, edukasi juga hiburan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

Dengan strategi yang digunakan oleh Banten TV yang dapat menarik minat masyarakat terhadap tayangan-tayangan yang disiarkan oleh Banten TV. Hal ini menjadi PR yang tidak pernah habis bagi Banten TV karena sejatinya persaingan tidak

akan pernah berakhir. Harus ada terobosan baru atau inovasi baru adatr Banten TV mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat. Hal ini bisa didapatka dengan cara membenahi strategi-strategi Banten TV dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian dan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi manajemen Banten Raya TV dalam meningkatkan kinerja?
2. Apa saja hal yang mempengaruhi kinerja sumber daya manusia (SDM) Banten Raya TV?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi media Banten Raya TV dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia.
2. Untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi kinerja sumber daya manusia (SDM) Banten Raya TV.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi positif bagi mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dalam pengembangan penelitian dan wawasan dibidang penyiaran televisi

2. Manfaat Praktis

penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, dalam mengeksplorasi keilmuan yang berkaitan dengan atau mengenai penyiaran televisi.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa karya penelitaian sebelumnya, yang bertema hampir relevan dengan tema yang diangkat penulis, serta menghindari adanya penjiplakan serta dalam menunjukkan keaslian penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Pertama penelitian yang berjudul “Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal” penelitian ditulis oleh Novia Azalea Wahyuni seorang mahasiswi program studi Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2018.

Skripsi yang ditulis oleh penulis membahas tentang salah satu media televisi yang ada dalam suatu daerah. Peneliti bertujuan untuk menguas bagaimana strategi yang dilakukan Sriwijaya TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisis lokal. Persamaan penelitian saudari Novia ialah sama-sama meneliti mengenai strategi dalam mempertahankan salah satu stasiun televisi. Berdasarkan penelitian saudari Novia ditemukan bahwasannya strategi Sriwijaya TV dalam menarik minat masyarakat agar tetap eksis salah satunya ialah dengan mengatur strategi pemasaran TV. Karena hal ini sangat penting bagi keberlangsungan sebuah stasiun televisi.

Kedua penelitian yang berjudul “Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal” penelitian ini ditulis oleh Ernis Suryanti Taufli mahasiswa

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Andalas Padang 2014.

Penelitian yang ditulis oleh peneliti mengenai strategi manajemen pada salah satu media televisi yang berada di suatu daerah yaitu Padang TV. Persamaan penelitian saudara Ernis yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi manajemen televisi untuk mempertahankan eksistensinya atau keberadaannya. Berdasarkan penelitian Ernis ditemukan bahwa Padang TV dalam menarik minat masyarakat memerlukan sumber penunjang hidup yang terdiri dari tiga unsur yaitu: *types of content* (jenis isi media), *types of audien* (jenis khalayak sasaran), dan *capital* (modal yang mencakup modal financial, dana pemasukan iklan, sumber daya manusia, sarana teknologi dan fasilitas lainnya). Hal ini menjadi pegangan dasar dalam mengelola strategi manajemen Padang TV dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

Ketiga penelitian yang berjudul “Strategi Peningkatan Kompetensi Penyiaran Sumber Daya Manusia Penyiar Radio Syiar FM” penelitian ini ditulis oleh Irnawati mahasiswa

Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alaludi Makassar 2014.

Penelitian yang di tulis oleh saudari Irnawati mengenai strategi radio dalam meningkatkan kompetensi penyiaran radio. Persamaan penelitian yang dikemukakan oleh Irnawati yaitu sama-sama membahas strategi. Meskipun media yang berbeda dengan apa yang sedang diteliti namun hal ini sangat penting untuk keberlangsungan sebuah media. Sumberdaya manusia yang akan mengelola bagaimana keberlanjutan suatu media dan bagai mana perjalanan suatu media dalam mempertahankan eksistensinya. Menurut penelitian Irnwari sumber daya manusia sangatlah penting untuk kemajuan media penyiaran radio. Begitu pula dengan stasiun televisi, sumber daya manusia sangat penting dalam mengelola dan mempertahankan eksistensinya.

Berbeda dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu mengenai manajemen media dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Sumber daya manusia (SDM) merupakan pondasi nomor satu dlam mengelola manajemen dalam kegiatan apapun termasuk penyiaran televisi. Berkembang atau tidaknya

pertelevisian tergantung pada kinerja SDM yang terdapat di dalamnya.

F. Kerangka Teori

1. Strategi Manajemen

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *stratogos* yang artinya ilmu para jenderal untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas (Sihombing, 2000). Menurut Muhammad Abdul Muhyi, makna lain dari strategi adalah Five P's, yaitu:⁵

- a. Strategi sebagai satu perencanaan (*plan*)
- b. Strategi sebagai lompatan (*play*)
- c. Strategi sebagai pola (*pattern*)
- d. Strategi sebagai pengambilan posisi (*position*)
- e. Strategi sebagai persepsi (*reception*).

Sedangkan menejemen sebagaimana diketahui merupakan suatu kegiatan yang di dalamnya mengandung usaha planning, organizing, staffing, coordinating, dan controlling pekerjaan

⁵ Retina Sri Sedjati, Manajemen Streategi, (Yogyakarta: Deepublish, 2015) h. 3

orang lain untuk mencapai suatu atau lebih tujuan. Manajemen bisa didefinisikan sebagai fungsi manajer, yaitu perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Jadi, dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses. Proses merupakan suatu cara sistematis yang sudah ditetapkan untuk melakukan kegiatan. Dengan merujuk pada definisi di atas, maka manajemen berarti suatu proses yang menekankan keterlibatan dan aktivitas yang saling terkait untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Jadi, secara umum pengertian umum manajemen strategi dalam khasanah literatur ilmu manajemen memiliki cakupan yang luas, dan tidak ada suatu pengertian yang dianggap baku. Itulah sebabnya definisi manajemen strategi berkembang luas tergantung pemahaman ataupun penafsiran seseorang. Menurut Hadri Nawawi pengertian manajemen strategik ada 4 (empat). Pengertian pertama bahwa manajemen strategik adalah “proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan

dimplemen-tasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuannya”.

Pengertian manajemen strategik yang ke dua adalah usaha manajerial menumbuh-kembangkan kekuatan organisasi untuk mengeksploitasi peluang yang muncul guna mencaopai tujuannya yan telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukan.

Pengertian yang ke tiga, manajemen strategik adalah “arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan strategi yang efektif untuk membantu mencapai tujuan organisasi”.

Pengertian yang ke empat, “manajemen strategik adalah perencanaan bersekala besar (disebut perencana strategik) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut VISI), dan ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut MISI), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan Operasional) yang berkualitas, dengandiarahkan pada

optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategik) dan berbagai sasaran (tujuan oprasional) organisasi.”

Meskipun demikian dari berbagai pengertian atau definisi yang diberikan oleh para pakar manajemen dapat ditemukan suatu kesamaan pola pikir, bahwa manajemen strategi merupakan ilmu yang menggabungkan fungsi-fungsi manajemen dalam rangka pembuatan keputusan-keputusan organisasi secara strategis, guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dari berbagai pengertian atau definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari suatu pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaliating*) keputusan-keputusan strategi antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang.

2. Media

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis

seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.⁶ Dalam kata lain media masa merupakan media yang menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak melalui media baik itu media cetak, media elektronik, media internet maupun media modern.

Media massa terdiri dari dua jenis, yaitu media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, dan banyak alat teknis lainnya yang dapat membawakan pesan untuk orang banyak. Kedua, media elektronik seperti radio, televisi, film dan lain sebagainya. Menurut Astrid S. Susanto di Inggris media massa dijadikan sokoguru keempat (*the fourth pillar*) setelah raja, parlemen, dan gereja, karena kemampuannya dalam mempengaruhi massa.⁷ Dalam hal ini pesan yang disampaikan biasanya bukan merupakan data yang belum diolah, sehingga lahir istilah informasi.

Media massa memiliki karakteristik yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari antara lain:⁸

⁶ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 134

⁷ Suherman, Media Massa dan Perpustakaan, (Bidang Jasa Informasi Teknologi PDII-LPIPI, 1995)

⁸ Nurani Soyomukti, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), h.198

- a. Publisitas, diartikan bahwa media massa adalah produk pesan dan informasi yang disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak yang disebut dengan massa.
- b. Universalitas, diartikan bahwa pesan yang akan disampaikan bersifat umum dan tidak dibatasi pada tema-tema khusus, berisi segala aspek kehidupan, dan semua peristiwa diberbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarannya orang banyak (masyarakat umum).
- c. Periodisitas, diartikan bahwa waktu terbit atau tayangan bersifat tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
- d. Kontinuitas, diartikan bahwa pesan atau siaran yang dilaksanakan berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit.
- e. Aktualitas, diartikan bahwa siaran atau pesan berisi hal-hal yang baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Peran media dalam membentuk opini publik dan mengarahkan opini massa sesuai kepentingannya berkaitan dengan beberapa pendekatan. Dalam hal ini media sangat berpengaruh dalam mengatur opini publik terkait isu yang beredar dengan kata lain isu yang beredar saat ini atau waktu-waktu yang lain merupakan hasil dari penggiringan opini yaitu telah direncanakan. Hal ini dikarenakan adanya kepentingan segelintir orang-orang dengan tujuan-tujuan tertentu.

Berikut merupakan jenis-jenis media sosial yang kerap kita lihat dan kita gunakan sehari-hari dalam memperoleh informasi:⁹

- a. Media cetak, seperti surat kabar yang memiliki ciri-ciri berikut:
 - 1) Pesan yang disampaikan memuat unsur reproduksi utama: simbol verbal, gambar, dan warna.
 - 2) Bersifat portabel, relatifnyaman dan mudah dibawa ke mana-mana, bisa dibaca dimana saja dan membacanya dapat dilakukan berulang-ulang.

⁹ Nurani Soyomukti, Pegaantar Ilmu Komunikasi, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), h.200

- 3) Unsur umpan balik yang ada juga bersifat verbal (surat pembaca, kritik) dan non verbal (penjualan).
 - 4) Sumber kehidupan industri media cetak adalah iklan dan penjualan (eceran maupun langganan).
 - 5) Isi pesan ada utamanya bersifat informatif.
 - 6) Bisa berfungsi sebagai *public sphere*, menjadi ruang publik bagi penyampaian gagasan dari masyarakat (biasanya ada ruang gagasan dan opini, yang disampaikan oleh masyarakat dalam bentuk tulisan), selain juga memuat perdebatan atas isu yang menjadi polemik.
 - 7) Relatif bebas dari regulasi (kontrol melalui peraturan), terutama di dalam masyarakat yang menganut sistem pers bebas.
 - 8) Wilayah jangkauan masih didominasi oleh masyarakat perkotaan (urban).
- b. Media audio, seperti radio yang antara lain ciri-cirinya adalah sebagai berikut:
- 1) Unsur reproduksi utamanya adalah suara (audio)

- 2) Secara relatif bisa dibawa ke mana-mana (portable), meskipun tidak semudah media cetak.
 - 3) Tidak bisa dinikmati berulang-ulang alias tidak dapat didengar kembali (sekali dengar) kecuali direkam dan didengarkan kembali.
 - 4) Pesan bersifat serempak (laporan langsung).
 - 5) Proses komunikasinya menggunakan unsur umpan balik, baik verbal dan non verbal.
 - 6) Kehidupannya juga ditunjang kebanyakan oleh iklan bukan dari penjualan.
- c. Media audio visual, seperti televisis yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
- 1) Pesan disampaikan melalui unsur reproduksi yang bersifat verbal, gambar, warna. Suara, dan gerakan.
 - 2) Tidak portabel karena tidak bisa dibawa kemana kita suka.
 - 3) Pesan juga tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu (tidak bisa ditinjau ulang).
 - 4) Bersifat serempak.

- 5) Umpan balik, verbal dan non verbal.
- 6) Industri komunikasi audio-visual ditunjang oleh iklan, iuran, dan subsidi pemerintah.
- 7) Karakteristik publik dan pengaturan yang ketat (*regulated media*).
- 8) Beisi aneka ragam bentuk informasi dan pesan (berita, hiburan, pendidikan, dan lain-lain).

3. Televisi

Media merupakan kata jamak dari medium, yakni wahana untuk menyampaikan pesan-pesan periklanan. Bentuknya sangat bervariasi, yakni media pers (koran dan majalah), radio, televisi, media luar ruangan, penawaran lewat pos, dan sebagainya.¹⁰ Semuanya disebut dengan media, dan masing-masing misalnya pers, disebut medium. Istilah media juga sering digunakan untuk menggantikan medium meskipun yang dimaksud medium (satu jenis saja).

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara,

¹⁰ Alex Sobur, *Ensiklopedia Komunikasi J-O*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014) h. 496

baik itu yang monikrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata “Televisi” merupakan gabungan dari tele “jauh” dari bahasa Yunani dan visio (penglihatan) dari bahasa Latin, sehingga televisis dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual atau penglihatan.

Pada tahun 1884, Paul Gottlieb Nipkow, seorang mahasiswa 23 tahun di Jerman, mematenkan sistem televisi elektronik yang menggunakan cakram Nipkow, sebuah cakram berputar dengan serangkaian lubang yang disusun secara spiral ke pusat cakram yang digunakan dalam proses perasteran.¹¹

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia yang ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara

¹¹ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008) h.6

pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Glora Bung Karno.¹²

Pada dasarnya televisi mempunyai sifat sebagai berikut, dapat didengar dan dilihat bila ada siaran, dapat dilihat dan didengar kembali bila diputar kembali, daya rangsang sangat tinggi, elektris, harga relatif mahal, daya jangkau besar.¹³

Adapun dampak yang ditimbulkan dari media televisi adalah sebagai berikut:¹⁴

- a. Dampak kognitif, yaitu kemampuan seorang individu atau pemirsa menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa. Contoh, acara kuis di televisi.
- b. Dampak peniruan, yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan televisi. Contoh, model pakaian, model rambut, dari bidang televisi yang kemudian digandrungi atau ditiru secara fisik.

¹² Mila Day, Buku Pinter Televisi, (Jakarta: Trilogos Library, 2004) h.16

¹³ Morissan, Jurnalistik Televisi Mutakhir, (Jakarta: Kencana Prenada Media. Group, 2008) h.11

¹⁴ Wawan, Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi, (Jakarta: Rhineka Cipta, 1996) h. 100

- c. Dampak perilaku, yakni proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari. Contoh, tayangan *Rahasia Ilahi* yang mengimplementasikan kehidupan religi bagi masyarakat.

Menurut Agee dari sebuah media komunikasi yang ada, televisi lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Sebanyak 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita, dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari.¹⁵ Sama dengan fungsi media massa lainnya, fungsi televisi juga memberi informasi, mendidik, membujuk, dan menghibur.

G. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai strategi manajemen televisi dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia pada Banten Raya TV. Dimana peneliti melakukan riset langsung terhadap Baraya TV. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen televisi dalam meningkatkan

¹⁵ Ardianto E. L, *Komunikasi Massa: suatu pengantar*, (Bandung: Rehatama Media, 2004) h.100

kinerja sumber daya manusia yang berperan penting dalam kemajuan stasiun televisi tersebut.

Maka dari itu salah strategi sangat penting dalam mempertahankan eksistensi sebuah stasiun televisi. Salah satu strategi yang bisa digunakan adalah meningkatkan kinerja sumber daya manusia agar dapat mempertahankan eksistensi juga memberikan citra baik. Meningkatkan kualitas siaran televisi disertai dengan memberikan ciri khas pada siaran televisi juga merupakan salah satu strategi manajemen yang baik.

Maka dari itu peneliti bertujuan untuk mengupas, tentang strategi manajemen siaran televisi dalam meningkatkan kinerja dan kualitas siaran televisi. Menggunakan penelitian kuantitatif dengan cara meneliti atau observasi, memahami dan menyelidiki suatu kasus yang akan diteliti. Untuk lebih jelasnya, berikut ini kerangka pemikiran yang menjadi konsep dasar peneliti:

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, Penelitian kualitatif yaitu penelitian

yang tidak menggunakan perhitungan. Penelitian kualitatif menurut sukmadinata yaitu suatu penelitian yang ditunjukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu dan kelompok.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah strategi manajemen media televisi dalam meningkatkan kinerja dan kualitas siaran TV. Dan objek penelitian adalah stasiun televisi Banten Raya TV.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 08 November 2021 sampai dengan 10 November 2021 di Banten Raya TV bertempat di Gedung Graha Pena Radar Banten Jl. Kol. Tb. Suwandi (Linkar Selatan) Lontar Baru, Serang-Banten.

4. Metode Pengumpulan Data

- Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang

tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.¹⁶

Oleh sebab itu untuk memperoleh data yang akurat mengenai strategi manajemen Banten Raya TV dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia, observasi dirasa perlu dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti memilih melakukan observasi non partisipan, dimana peneliti hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun langsung melakukan aktivitas yang dirisetnya.

Dalam pengumpulan data melalui observasi ini, peneliti mengamati langsung proses kerja Banten Raya TV dalam memproduksi programnya serta peneliti juga mengamati kinerja sumber daya manusia yang terdapat di Banten Raya TV. Peneliti juga mengamati setiap proses yang dilakukan dalam

¹⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, (Bandung: Alfabeta. CV, 2015) h. 303

memproduksi program-program yang akan ditayangkan. Karena setiap kegiatan yang dilakukan dalam proses penyiaran program pada Baraya TV merupakan strategi manajemen yang telah dirancang sebelumnya.

- Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self report, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara mendalam untuk memperoleh data mengenai bagaimana strategi Banten Raya TV dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Dalam pengumpulan data dengan wawancara pertama kali peneliti menentukan informasi terlebih dahulu, baik informasi kunci maupun pendukung.

Objek yang akan diwawancara merupakan hal yang harus dipersiapkan. Peneliti akan mewawancarai kepala manajer mengenai kinerja serta apa yang mempengaruhi kinerja karyawan atau SDM di Baraya TV. Selain kepala manajer peneliti juga akan mewawancarai beberapa karyawan untuk mengetahui kinerja serta apa yang mempengaruhi kinerja kepala manager Baraya TV. Hal ini dilakukan karena seluruh SDM pada Baraya TV menjadi objek penelitian yang akan diteliti.

Setelah menemukan informasi, peneliti selanjutnya, membuat draft pertanyaan, sebagai pedoman dalam melaksanakan wawancara dengan informan. Pertanyaan untuk informasi kunci pertanyaan seputas strategi-strategi yang dilakukan oleh Banten Raya TV dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Draft pertanyaan dibuat mencakup strategi manajemen serta kinerja sumber daya manusia yang terdapat pada Banten Raya TV.

Setelah draft pertanyaan dibuat, selanjutnya adalah pelaksanaan wawancara. Wawancara dilakukan di kantor Banten Raya TV. Dalam pelaksanaan wawancara, draft pertanyaan

digunakan sebagai acuan wawancara, namun ketika wawancara berlangsung pertanyaan akan berkembang seiring dengan situasi dan kondisi pada saat wawancara. Hasil percakapan selama wawancara direkam dengan alat perekam dan juga ditulis dalam catatan lapangan peneliti. Data hasil rekaman kemudian ditranskrip menjadi data tertulis dan digunakan sebagai data primer penelitian.

- Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan dipercaya jika didukung oleh dokumen terkait dengan fokus penelitian. Ada beberapa jenis dokumen yang dapat dipertimbangkan, yakni : dokumen pribadi, dokumen resmi, dokumen budaya populer, fotografi dan film, foto temuan dan foto hasil penelitian.¹⁷

Peneliti dalam penelitian ini memperkuat data dengan mengumpulkan bahan-bahan yang berbentuk dokumen dan arsip-arsip banten Raya TV, seperti laporan perencanaan program,

¹⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, (Bandung: Alfabeta. CV, 2015) h. 241

schedule program harian, company profile, selain itu juga menggunakan buku catatan lapangan penelitian peneliti, dalam menganalisis dan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan.

5. Teknik pengelolaan dan analisis data

Teknik pengolahan dan analisis data ialah suatu langkah penting dalam penelitian karena dapat memberi makna terhadap data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengolahan data dan analisis data akan dilakukan melalui suatu proses yaitu menyusun, mengategorikan data, mencari kaitan isi dari berbagai data yang diperoleh dengan maksud untuk mendapatkan maknanya. Setelah selesai mengadakan wawancara dengan subjek penelitian, peneliti menuliskan kembali data-data yang terkumpul dengan tujuan agar dapat mengungkapkan data dan informasi secara mendetail. Data yang diperoleh dari hasil wawancara disusun dalam bentuk catatan lengkap setelah didukung oleh hasil observasi, dokumentasi dan literatur. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi, maka peneliti melakukan prosedur pengolahan dan analisis dari hasil pengumpulan data. Proses analisis data ini dimulai dengan menelaah, memeriksa seluruh data dari berbagai

sumber yaitu wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap diperoleh data yang kredibel. langkah-langkah analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu:

1. *Data Reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. *Data Display* (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori, flowchart dan sejenisnya. *Miles and Humberman* menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research databin the past has been narrative tex*”. Penyajian data yang disusun secara singkat, jelas dan terperinci akan memudahkan

dalam memahami gambaran-gambaran terhadap aspek-aspek yang diteliti baik secara keseluruhan maupun bagian demi bagian. Penyajian data selanjutnya dilakukan dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan data hasil penelitian yang diperoleh.

3. Conclusion/verification

Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁸

I. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini dibagi dalam lima bab, yang terdiri atas pendahuluan, kajian pustaka, metodologi penelitian, penyajian data, analisis data, penutup dan kesimpulan. Berikut peneliti akan menguraikannya:

¹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, (Bandung: Alfabeta. CV, 2015) h. 247-253

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang di dalamnya mencakup sub bahasan antara lain latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Membahas mengenai teori-teori yang bersangkutan dengan penelitian yang mencakup pengertian strategi manajemen, televisi, kinerja, DAN pengertian sumber daya manusia (SDM).

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang kondisi objek yang akan diteliti serta gambaran umum objek yang akan diteliti.

BAB IV : PENYAJIAN ANALISIS DATA

Berisi tentang kondisi objek penelitian. Penyajian data dan pembahasan berupa konfirmasi temuan tentang teori.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan serta saran