

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian strategi komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dapat dilakukan dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi¹⁰ dalam hal ini strategi sangat penting untuk menentukan sebuah rencana yang dimana disusun secara menyeluruh yang diatur sedemikian rupa hal ini dimaksudkan agar pesan tersampaikan secara efektif sehingga tersapainya sebuah acuan untuk menjadi sebuah tujuan.

Strategi komunikasi mempunyai peranan yang luas sebagai keilmuan, strategi komunikasi dapat dibagi berdasarkan subjek dan sasarannya sehingga melibatkan cabang yang berdasarkan berbagai bidang, strategi tersebut dirancang dan disesuaikan pada kebutuhan masing-masing individu yang menggungkannya. Strategi komunikasi menurut Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, sehingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat di capai sedangkan menurut Richard Dimbebley dan Graeme Burton strategi komunikasi adalah bagian pendek dari perilaku atau interaksi komunikasi. Hal ini melibatkan penggunaan tanda-tanda verbal dan nonverbal yang disengaja untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif. Sedangkan menurut Joseph De Vito Strategi komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya 1990). h.29

mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi, biasanya dengan cara memanipulasi dan memberikan dorongan sikap defensif. Strategi merupakan lawan dari spontanitas yang serba mendadak ¹¹

Berdasarkan dari pernyataan yang di kemukakan oleh para ahli komunikasi di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan dalam penyampaian pesan dan manajaeaman komunikasi yang di lakukan melalui proses komunikasi untuk menyamapikan sebuah ide gagasan atau informasi sehingga pesan yang di sampaikan mudah di terima dan dipahami serta dapat mengubah sikap dan perilaku untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan dengan proses pelaksanaan nya yang terstruktur, efektif dan efesien.

2. Tahapan strategi komunikasi

Dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan dalam proses strategi komunikasi perlu adanya sebuah tahapan dalam prosesnya yaitu:

a. Perumusan Strategi

Dalam merumuskan strategi seorang konseptor harus memperhitungkan peluang resiko eksternal, tentukan kekuatan dan kelemahan secara internal membangun objektivitas, menghasilkan strategi untuk dilaksanagn. Merumuskan strategi dan berusaha dan menentukan masalah yang terjadi setelah peristiwa yang diartikan dalam konteks kekuatan, kemudian melakukan analisis probabilitas dan pertimbangan kemungkinan opsi dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan

b. Implementasi Strategi

Stelah menentukan dan memilih strategi yang baik maka langkah berikutnya melakukan strategi yang telah dipilih, pada tahap ini strategi yang akan di pilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama anatr seluruh unit dan anggota. Dalam hal ini penerapan komitmen jika tidak melakukan komitmen dan kerjasama dalam implementasi strategi maka

¹¹ Tanto Trisno Mulyono, *Teori Komunikasi Pendidikan*, (Sukoharjo: CV Pradina Pustaka Grup 2022), h160

proses perumusan dan analisis strateginya hanya akan menjadi tinggal impian belaka. Implementasi strategi didasarkan pada mekanisme alokasi dan organisasi kepemimpinan berjalan seiring dengan adanya budaya perusahaan dan organisasi

c. Evaluasi Strategi

Langkah terakhir dalam menciptakan strategi adalah penilayan terhadap implementasi strategi, penilayan strategi diperlukan karena keberhasilannya dalam evaluasi strategi yang telah tercapai dan dapat diukur kembali menetapkan tujuan berikutnya, evaluasi kan menjadi tolak ukur strategi untuk diadopsi kembali oleh organisasi dan evaluasi diperlukan untuk menentukan tujuan yang ditetapkan apakah sudah tercapai. Ada tiga landasan untuk mengevaluasi strategi yaitu:

- 1) Dalam menganalisis faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi adanya modifikasi yang akan memiliki kendala internal pencapaian tujuan selain faktor internal, mencakup strategi yang tidak efektif atau hasil penerapan yang buruk dapat akan mempengaruhi hasil yang ingin dicapai
- 2) Pengukuran kinerja (perbandingan hasil yang diperoleh) prosesnya dapat dihapus dengan pemeriksaan penyimpanan rencana mengevaluasi hasil individu dan memantau kemajuan dalam implementasinya mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria evaluasi untuk strategi tersebut harus mudah diukur dan digunakan kriteria hasil yang digunakan lebih masuk akal dan dapat diprediksi kriteria lebih penting daripada kriteria mengungkapkan apa yang terjadi
- 3) Pemulihan tindakan perbaikan untuk memastikan bahwa kinerja baik rencana dalam hal ini tidak selalu harus ada yang di tinggalkan atau harus merumuskan masalah strategi baru.

Tindakan-tindakan korektif diperlukan apabila hasil tidak sesuai dengan hasil yang dikerjakan atau yang diharapkan¹²

3. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara terstruktur agar pesan dapat tersampaikan secara baik maka komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi yaitu:¹³

a. Mengenal khalayak

Untuk mendapatkan hasil yang baik dalam proses komunikasi maka komunikator harus menciptakan persamaan makna dengan khalayak terutama dalam menyampaikan pesan. Untuk mempersamakan makna komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir dan pengalaman lapangan khalayak secara tepat dan seksama

b. Menentukan tujuan

Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi yang akan digunakan oleh komunikasi adapun tujuan komunikasi yang baik antara lain:

- 1) Memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi. Masyarakat merasa lebih baik diberi informasi yang telah diperlukan atau yang akan diberikan jalan masuk menuju informasi tersebut yang merupakan bagindari keadaan percaya dan rasa aman.
- 2) Menolong orang lain, memberikan nasehat kepada orang lain agar mendapatkan tujuan.
- 3) Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan karena semakin tinggi seseorang maka semakin penting meminta orang lain untuk kehilangan teknis sehingga dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan tersebut harus ada komunikasi untuk meminta data

¹² Nurul,F. *Strategi Komunikasi Dalam Proses Pembelajaran Online Pada Dosen Dan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2019*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.h 32

¹³ Susanto, Wibowo Hanafi Ari, *Komunikasi Dalam Keperawatan*. (Sumatra Barat: Global Eksekutif Teknologi, 2022), h 33

sebagai bahan pertimbangan. Mengevaluasi perilaku secara efektif yaitu suatu penilaian untuk menerima pesan.

c. Menyusun pesan

Model pilihan strategi melihat bagaimana komunikator memilih diantara berbagai strategi pesanan untuk mencapai suatu tujuan dalam berkomunikasi sebagai model desain pesan menrikkan perhatiannya pada bagaiman komunikator membangun pesan untuk mencapi tujuan. Proses tersebut kemudian menjadi langkah untuk menentukan strategi komunikasi dengan cara menyusun pesan.

d. Menentukan metode dan memilih media yang digunakan

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi selain kemampuan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peranan penting. Terdapat empat ciri pokok dalam komunikasi melalui media, terutama bagi media massa, yaitu:

- 1) Berifat tidak langsung yang di mana harus melalui media teknis
- 2) Berifat satu arah, artinya tidak ada reaksi antara para peserta komunikasi
- 3) Bersifat terbuka yang artinya ditunjukkan kepada publik yang terbatas dan anonim
- 4) Mempunyai publik yang secara geografis terbesar

4. Tujuan strategi komunikasi

Tujuan strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang di lakukan menjadi baik dan efektif tujuannya yaitu:¹⁴

1. Strategi bertujuan memberitahu informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung di permukaan

¹⁴ Kelas 5D, *networking pendidikan* (Jakarta: Graf Literature 2021), h 193

2. Memotivasi (*Motivating*) seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan
3. Mendidik (*Educating*) lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan
4. Menyebarkan informasi (*informing*) untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.
5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*) bertujuan untuk membuat seseorang berani meng Ambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai.

B. Pengawasan

1. Pengertian Pengawasan

Pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses untuk menjamin bahwa tujuan organisasi dan manajemen dapat tercapai hal ini berkenaan dengan cara membuat kegiatan yang sesuai yang sudah direncanakan. Kontrol atau pengawasan adalah fungsi di dalam manajemen fungsional yang harus dilaksanakan oleh setiap pimpinan dari semua unit terhadap pelaksanaan pekerjaan atau pegawai yang melaksanakan sesuai dengan tugas pokok masing-masing. Dengan demikian pengawasan oleh pimpinan khususnya yang berupa pengawasan melekat *built in control* merupakan kegiatan manajerial yang dilakukan dengan maksud agar tidak terjadi penyimpangan dalam melaksanakan pekerjaan, suatu penyimpangan atau kesalahan terjadi atau tidak selama dalam pelaksanaan pekerjaan tergantung pada tingkat kemampuan dan

keterampilan pegawai. Para pegawai yang selalu mendapat pengarahan atau bimbingan dari atasan cenderung melakukan kesalahan atau penyimpangan yang lebih sedikit dibandingkan dengan pegawai yang tidak memperoleh bimbingan. Pengertian pengawasan cukup beragam contohnya oleh :

Robert J. Mockler berpendapat bahwa pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi, umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. Pengawasan menurut Fahmi yang dikutip oleh Erlis Milta Rin Sondole dkk., bahwa pengawasan secara umum didefinisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi organisasi. Mc. Farland memberikan definisi pengawasan *control* sebagai berikut. "*Control is the process by which an executive gets the performance of his subordinate to correspond as closely as possible to chosen plans, orders objective, or policies*". Pengawasan ialah suatu proses di mana pimpinan ingin mengetahui apakah hasil pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya sesuai dengan rencana¹⁵

Dari definisi beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengawasan adalah proses untuk menjaga agar kegiatan terarah menuju pencapaian tujuan seperti yang direncanakan dan terhindar dari adanya kesalahan sehingga apabila ditemukan penyimpangan-penyimpangan maka segera mengambil tindakan dan koreksi

2. Jenis-Jenis Pengawasan

- 1) Pengawasan internal adalah pengawasan yang dilakukan oleh unit pengawas intern organisasi yang diawasi tugasnya adalah membantu fungsi pengawasan pimpinan organisasi serta membantu menyusun

¹⁵ Rini Dwi Wulandari, *Pengantar Manajemen Syariah*, (Jakarta : Kencana 2024), h 172

laporan pelaksanaan kegiatan organisasi. Konsep pengawasan ini dibutuhkan dengan maksud agar penyimpangan pelaksanaan anggaran lebih cepat diatasi oleh unit intern yang dekat dengan organisasi tersebut. Pengawasan Eksternal dimaksudkan sebagai pengawasan yang dilakukan oleh orang atau badan yang ada di luar lingkungan organisasi yang bersangkutan. Pengawasan oleh badan yang ada di luar lingkungan organisasi yang bersangkutan dimaksudkan agar pengawasan dapat berjalan secara obyektif dan konsekuen, tanpa adanya pengaruh dari manapun.

- 2) Pengawasan preventif dimaksudkan sebagai pengawasan yang dilakukan terhadap suatu kegiatan sebelum kegiatan itu dilaksanakan, sehingga dapat mencegah terjadinya penyimpangan. Pengawasan preventif akan lebih bermanfaat dan bermakna jika dilakukan oleh atasan langsung, sehingga penyimpangan yang kemungkinan dilakukan akan terdeteksi lebih awal. Pengawasan represif adalah pengawasan yang dilakukan terhadap suatu kegiatan setelah kegiatan itu dilakukan. Pengawasan ini lazimnya dilakukan akhir tahun.
- 3) Pengawasan dekat atau aktif dilakukan sebagai bentuk pengawasan yang dilaksanakan di tempat kegiatan yang bersangkutan. Pengawasan jauh pengawasan yang dilakukan melalui penelitian dan pengujian terhadap surat-surat pertanggungjawaban yang disertai dengan bukti-bukti penerimaan dan pengeluaran pengawasan berdasarkan pemeriksaan kebenaran formal menurut hak adalah pemeriksaan terhadap pengeluaran apakah telah sesuai dengan peraturan tidak kadaluarsa dan hak itu terbukti kebenarannya
- 4) Pengawasan berdasarkan pemeriksaan kebenaran materiil mengenai maksud tujuan pengeluaran (*doelmatigheid*) adalah pemeriksaan terhadap pengeluaran apakah telah memenuhi prinsip ekonomi, yaitu pengeluaran tersebut diperlukan dan beban biaya yang serendah mungkin."

5) Pengawasan berjenjang mengharuskan adanya sinkronisasi kewenangan antara pengawas eksternal dan internal. Dalam model pengawasan ini hasil pengawasan internal yang telah disusun oleh aparat pengawas internal menjadi bahan pengawasan oleh aparat pengawas eksternal, jika dalam pengawasan yang dilakukan oleh aparat pengawas eksternal ini menemukan adanya suatu keganjilan, maka aparat pengawas eksternal dapat melakukan pemeriksaan langsung pada obyek pengawasan aparat pengawas internal. Pengawasan berjenjang ini memiliki kelebihan¹⁶

3. Langkah-Langkah Pengawasan

Menurut Kadarman langkah-langkah proses pengawasan yaitu:

- 1) Menetapkan standar, karena perencanaan merupakan tolak ukur untuk merancang pengawasan, maka secara logis hal ini berarti bahwa langkah pertama dalam proses pengawasan adalah menyusun rencana. Perencanaan yang dimaksud disini adalah menentukan standar.
- 2) Mengukur kinerja, mengukur atau mengevaluasi kinerja yang dicapai terhadap standar yang telah ditentukan.
- 3) Memperbaiki penyimpangan, proses pengawasan tidak lengkap jika tidak ada tindakan perbaikan terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi¹⁷

C. Televisi Jaringan

Kata televisi berasal dari kata “tele” yang berarti jauh dan visie yang berarti penglihatan. Dapat di artikan televisi adalah penglihatan jarak jauh atau penyiaran gambar-gambar melalui sebuah gelombang radio. Dimana televisi menjadi sebuah media yang mampu menjadi sebuah sarana penghubung yang dapat memancarkan rekaman dari stasiun pemancar televisi kepada penonton atau bagi pemirsa di rumah, dimana isi dari rekaman tersebut dapat berupa

¹⁶ Siti Aisah Herini, *Sistem Pengawasan Keuangan Negara* (Surabaya: CV.Jakad Media Publishing 2023), h 18

¹⁷ Kadarman, Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Jakarta: PT. Prenhallindo 2001), h 161

sebuah pendidikan, berita, hiburan, dan lain-lain. Televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa yang berlangsung satu arah, komunikator yang melembaga, pesan yang bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikasinya bersifat heterogen. Dimana kelebihan media televisi terletak pada kekuatannya menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa cukup besar. Televisi adalah salah satu bentuk media komunikasi massa yang selain mempunyai daya tarik yang kuat, disebabkan unsur-unsur kata, musik, sound effect, dan memiliki keunggulan, yaitu unsure visual berupa gambar hidup yang dapat menimbulkan pengalaman mendalam bagi pemirsanya¹⁸

Televisi dianggap sebagai media massa yang paling penting, karena dapat memadukan antara suara dan gambar. Tayangan televisi juga dapat dinikmati setiap saat, memuat berita-berita terbaru, dan yang terpenting dapat diperoleh secara gratis. Selain menyampaikan informasi, media massa termasuk televisi juga digunakan untuk menyampaikan pendapat dan gagasan dari seseorang maupun kelompok tertentu. Dalam perkembangannya, munculnya media massa lebih berkaitan dengan peluang bisnis yang ada padanya. Khusus televisi, di Indonesia sendiri terdapat satu stasiun televisi nasional dan sebelas stasiun televisi swasta yang jangkauan siarannya berskala nasional, serta beberapa stasiun televisi lainnya yang berskala lokal. Banyaknya jumlah televisi ini mengharuskan setiap stasiun untuk saling bersaing dan berusaha menyuguhkan acara-acara yang mampu menarik perhatian masyarakat. Salah satu acara televisi yang relatif baru namun cukup diminati saat ini adalah tayangan infotainment¹⁹

Dalam usaha membangun penyiaran yang demokratis undang-undang penyiaran berupaya membangun sistem penyiaran nasional yang menggunkan dua pilar yaitu staiun televisi berjaringan dan stasiun televisi lokal. Apa bila

¹⁸ Onong Ucjana Effendy. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. (Bandung : PT. Remaja1990)

¹⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Cet. 3; Jakarta: Kencana, 2011), h. 209

sebuah stasiun televisi ingin mempunyai jangkauan luas, maka harus menjadi stasiun televisi jaringan.²⁰

Sumber program siaran juga didapati dengan sistem siaran televisi jaringan yang mengatur *relay* siaran secara tetap antara lembaga penyiaran dengan sistem jaringan bila stasiun berlokasi di daerah tertentu dan ingin siaran programnya di terima di daerah lain maka harus bekerja sama dengan televisi di daerah bersangkutan. Dengan sistem televisi berjaringan mengharuskan televisi yang memiliki daya *frekuensi* siaran nasional seperti RCTI, SCTV, MNCTV, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Trans7, tvOne, ANTV dan Global TV stasiun televisi ini lah yang melepaskan frekuesinya terhadap daerah-daerah yang menggunakan televisi nasional yang akan menjadi koordinator atau induk dan bekerja sama dengan stasiun televisi lokal yang menjadi anggota jaringan. Dengan melakukan kesepakatan *real* siaran pada jam-jam yang disepakati televisi lokal juga dapat memproduksi perogram di luar tayangan yang telah di sepakati sebelumnya²¹

Hanya saja sesuai undang-undang penyiaran televisi berjaringan tidak bisa bersiaran di wilayah indonesia di batasi maksimal 80% di wilayah indonesia. Untuk membuat televisi berjaringan harus mendapat izin khusus dari kominfo dan memenuhi berbagai persyaratan yang telah di tentukan jika sudah mendapatkan izin barulah stasiun televisi tersebut boleh bersiaran sebagai televisi berjaringan dalam sistem ini induk jaringan dan anggota jaringan. Dalam catatan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) jumlah televisi berjaringan di indonesia pada era analog tercatat 16 stasiun dari jumlah tersebut yang paling banyak memiliki jaringan televisi adalah grup MNC dengan 4 stasiun jaringan, yakni RCTI, GTV, MNC TV, dan iNews. Di susul Group Elang Mahkota Teknologi, Trans Corp dan Viva Grup masing-masing memiliki dua stasiun televisi. Group Elang Mahkota Teknologi memiliki Indosiar dan SCTV. Transcorp mengelola Trans TV dan Trans 7, Viva Grup

²⁰ Diah Hayu, *Manajemen Media Indonesia* (Jakarta: Yayasan pustaka obor indonesia 2017), h 20

²¹ Rusman Latief & Yusiatie Utud, *Menjadi Produser Televisi Profesional Mendesai Program Televisi* (Jakarta: Kencana 2017), h 115

memiliki TV one dan ANTV. Sementara itu jaringan televisi lain hanya memiliki satu stasiun jaringan yakni Metro TV, Kompas TV, Net TV, RTV, MyTV dan jaringan Jawa Pos TV atau yang sekaang JPM²²

Tabel 2.1 Daftar televisi jaringan di Indonesia

MNC Grup	RCTI MNC TV GTV iNews
SCM Grup	SCTV, Indosiar
Trans Corp	Trans TV dan Trans 7
Viva Grup	ANTV
Metro TV Grup	Metrotv
KKG	KOMPASTV
Jawa Pos Grup	JPM
MyTV	Mytv
NET TV	NET
RTV	rtv

Sumber: KPI Pusat

Pemahaman tentang sistem stasiun jaringan, khususnya untuk media penyiaran televisi sudah sangat mendalam pada seluruh pihak, baik yang berkepentingan terhadap pelaksanaannya maupun yang berkepentingan menundanya. Bagaimana tidak Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 telah disahkan sejak tanggal 28 Desember tahun 2002 dengan masa toleransi pemberlakuan sistem stasiun berjaringan tiga tahun kedepan, belumlah lagi *worksho*, seminar nasional, dan sosialisasi yang giat dilaksanakan oleh kementerian kominfo, KPI, KPID, perguruan tinggi, dan lembaga lainnya dengantujuan mencari kesempatan agar sistem stasiun jaringan di indonesia berjalan lancar tanpa hambatan.²³

Keadilan dalam dunia penyiaran di Indonesia masih tertunda realisasinya, kondisi ini tentu menguntungkan bagi pihak tertentu, karena bila terlaksana sistem penyiaran nasional tidak mengenal lagi adanya lembaga

²² Irwan Styawan, *Masa Depan Industri Televisi*, (Jakarta: Gramedia Putaka 2023), h. 42

²³ Andi Fachruddin, *Journalism Today* (Jakarta: Kencana 2019), h 374

penyiaran yang memiliki jangkauan wilayah siaran secara nasional, kecuali lembaga penyiaran publik. Dalam sistem penyiaran nasional, terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun induk jaringan dan stasiun lokal. Stasiun penyiaran berjaringan ini diarahkan untuk menjamin terciptanya tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang dalam rangka mendukung demokratisasi penyiaran yang mengarah kepada pemerataan dan pemberdayaan daerah.

Lembaga penyiaran swasta yang akan berbentuk stasiun penyiaran lokal dan stasiun penyiaran jaringan akan mengarah kepada konsep *iversity of ownership* dan *diversity of content* yang bertujuan untuk sistem tatanan penyiaran dengan pengelolaan yang bermanfaat bagi masyarakat di daerah. Mengingat adanya perkembangan globalisasi, demokratisasi, dan perkembangan teknologi informasi.

Sistem stasiun jaringan adalah sistem penyiaran nasional sebagai salah satu pelaksanaan desentralisasi penyiaran di mana terdapat kerja sama antara stasiun televisi swasta yang menjadi induk jaringan sebagai koordinator penyiaran dengan beberapa stasiun televisi lainnya yang berfungsi sebagai anggota jaringan. Artinya, stasiun televisi swasta nasional yang hingga saat ini memonopoli siaran karena memiliki kekuatan modal, dinyatakan sebagai induk jaringan dengan kualitas dan kuantitas program televisi yang mumpuni. Adapun pemilik *coverage area* di daerah merupakan anggota jaringan yang merupakan stasiun televisi swasta lokal. Adapun ketentuan yang ditetapkan pemerintah dalam operasionalisasi sistem stasiun jaringan induk jaringan adalah stasiun televisi yang berfungsi sebagai koordinator jaringan yang terletak di ibukota provinsi, kabupaten atau kota. Jangkauan induk stasiun jaringan dibatasi maksimum 75 persen dari seluruh provinsi di Indonesia. Kecuali bagi stasiun *relai* yang beroperasi sebelum peraturan pemerintah dapat maksimum mencapai 90 persen provinsi. Ketentuan selanjutnya induk jaringan dapat 80 persen bekerja sama di seluruh provinsi yang merupakan daerah

ekonomi maju hal ini dapat dipilih sendiri, 20 persennya di daerah ekonomi kurang maju yang lokasinya ditetapkan oleh pemerintah.

Hal ini bertujuan untuk membatasi induk jaringan untuk mengintervensi seluruh daerah di Indonesia, dengan seenaknya saja tanpa memperhitungkan kepentingan yang lain selain bisnis dan keuntungan semata. Termasuk pemerintah mengharuskan berjaringan dengan daerah tertentu, yang memang tidak menarik untuk mendulang keuntungan karena daerah tersebut memiliki ekonomi lemah. Dalam penyelenggaraan sistem stasiun jaringan, setiap lembaga penyiaran swasta harus memilih menjadi lembaga penyiaran dengan sistem stasiun lokal atau dengan sistem stasiun jaringan. Lembaga penyiaran swasta yang memilih menjadi anggota sistem stasiun jaringan hanya dapat menjalin kerja sama dengan satu jaringan induk.

Demikian pula sebaliknya, stasiun induk jaringan hanya boleh bekerja sama dengan satu anggota jaringan pada *coverage area* yang sama. Induk jaringan dan anggota jaringan dapat menggunakan nama dan logo yang sama. Namun dalam menggunakan logo dan nama yang sama, anggota jaringan wajib menambahkan nama tempat kedudukan setelah nama stasiun induk jaringan. Agar dapat membedakan bahwa siarannya kerja sama di daerah yang berbeda beda pula. Jika kerja sama jaringan terjalin di antara dua identitas atau nama stasiun yang berbeda, maka anggota jaringan wajib mencantumkan logo bersama.

Kepentingan *relai* dan siaran bersama *diversity of content* menghasilkan durasi *relai* siaran tetap dalam negeri melalui sistem stasiun jaringan untuk televisi maksimum 90 persen. Produksi program muatan lokal sekurang-kurangnya dalam jumlah 10 persen dari total waktu siar dan dapat ditingkatkan dari tahun ke tahun maksimal 30 persen. Proses ini akan melaksanakan produksi program muatan lokal yang tentunya akan mengutamakan sumber daya manusia dan potensi-potensi penyiaran dari daerah setempat dengan mempertimbangkan profesionalisme. Selama ini dengan monopoli siaran televisi swasta nasional, sumber daya lokal tidak akan berdaya. Kreativitasnya tak akan muncul karena kalah bersaing dengan program yang disiarkan sentral

dari Jakarta. Apabila terbentuk kerja sama jaringan televisi, maka peran televisi lokal sebagai anggota jaringan menjadi penting. Selain siaran di wilayahnya merupakan tanggung jawab televisi lokal, program lokal lebih eksis di mata penontonnya sendiri. Program muatan lokal adalah isi siaran yang memuat hal-hal yang bersumber dari daerah dalam bidang sosial politik ekonomi budaya pertahanan dan keamanan nasional.

D. Program Siaran Televisi

Program acara televisi juga disebut rancangan serta usaha yang tersaji dalam layer televisi yang mengandung unsur pesan, hiburan, dan Pendidikan yang di siarkan dalam bentuk pertunjukan, program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara atau gambar suara dan gambar atau yang berbentuk grafis atau karakter baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang disiarkan oleh media penyiaran. Program siaran tersebut disiarkan dalam bentuk siaran langsung dan tidak langsung. Siaran langsung adalah segala bentuk program siaran yang ditayangkan tanpa penundaan waktu adapun siaran yang tidak langsung adalah program siaran rekaman yang ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwanya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) membagi dua kelompok program siaran televisi yaitu program faktual dan non faktual. Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta nonfiksi program faktual disebut dengan program siaran jurnalistik yaitu program yang berisi berita dan informasi yang ditujukan untuk kepentingan publik berdasarkan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran adapun program non faktual adalah program siaran yang menyajikan fiksi yang berisi ekspresi seni dan budaya serta rekayasa dan imajinasi dari pengalaman individu atau kelompok dalam hal ini kedua kelompok program tersebut disebut juga program berita dan program non berita.²⁴

Program siaran seperti ujung tombak dari sebuah penyiaran yang di lembaga penyiaran, seperti televisi dan radio tidak akan bertahan lama tanpa

²⁴ Rusman Latif, *Panduan produksi acara televisi*, (Jakarta: Kencana 2023), h 1

adanya konten untuk disiarkan bahkan dapat dinyatakan sebuah lembaga penyiaran akan gulung tikar apabila tidak mampu menghasilkan konten siaran. Konten ataupun program siaran yang dimaksudkan, bersifat berita ataupun hiburan (seperti variety show, infotainment dan sinetron. Kata program sendiri berasal dari bahasa Inggris yakni *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang disiarkan oleh stasiun penyiaran televisi. Program dapat diilustrasikan ataupun diumpamakan dengan sebuah produk atau barang *goods* ataupun layanan *service* yang diperjualbelikan kepada pihak lain. Dalam konteks ini, terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran televisi, yaitu "Program yang baik akan mendapatkan penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan penonton". Ini yang disebut dengan istilah "Rating kuantitatif", jumlah penonton dan bukan kualitas tayangan.²⁵

Program siaran hiburan yang mempunyai daya tarik merupakan faktor utama yang memikat penonton. Dengan kata lain, program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan, musik dan pertunjukan serta infotainment dan *variety show*. Program siaran yang disiarkan lembaga penyiaran tidak dapat dipisahkan dari sistem nilai yang dianut dalam suatu masyarakat di mana televisi itu berada. Ini menunjukkan bahwa lembaga penyiaran tidak berada di dunia yang vakum atau statis, melainkan terkait dengan sistem yang berlaku dan bersifat dinamis. Khususnya, yang dipahami sebagai sesuatu yang baik ataupun sesuai dengan budaya yang berlaku di sebuah negara. Program siaran lazimnya mengikuti perkembangan ataupun perubahan zaman dan nilai-nilai yang berlaku pada sebuah Negara bangsa. Jika tidak, ada kemungkinan program yang disiarkan akan ditinggalkan oleh masyarakat pemirsa dan tidak tertutup kemungkinan pula akan mendapat teguran sanksi ataupun dicabut izinnya oleh

²⁵ Setyo, Bono, and Sinung Restendy. "Program Televisi Indonesia: Menguatkan ataukah Melemahkan Pancasila?." *Jurnal Komunikasi* 17.2 (2023).

pemerintah yang berkuasa tertutup kemungkinan pula akan mendapat teguran, sanksi ataupun dicabut izinnya oleh pemerintah yang berkuasa²⁶

Secara umum program siaran televisi terbagi dua bagaian yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (*newa*). Program ini berisikan informasi berhubungan dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik. Adapun program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. Dimana nilai jurnalistiknya tidak diperlukan akan tetapi jika ada unsur jurnalistiknya hanya sebagai pendukung. Meskipun kedua program siaran ini memiliki karakteristik masing-masing akan tetapi beberapa program yang berdiri di dua jenis karakteristik program tersebut, tergolong sebagai jenis program informasi sekaligus program hiburan. Misalnya program *talk show* dan program *variety show*, di mana konsepnya dapat memiliki nilai hiburan yang artistik, juga memiliki informasi sebagai penunjang program. Demikian juga sebaliknya, suatu program informasi dapat didukung dengan unsur-unsur hiburan yang artistik, dengan tujuan program dapat memberikan nilai tambah agar enak ditonton. Apalagi dalam era persaingan program yang kian marak, khususnya program di televisi swasta yang berlomba untuk menjadikan program sebagai program yang di minati masyarakat.²⁷

Dalam stasiun penyiaran terdiri dari beberapa program siaran yang masing-masing mempunyai slot waktu dan durasi yang ditentukan berdasarkan jenis dan temanya. Program-program ini secara kolektif membentuk jadwal siaran harian. Beberapa stasiun merencanakan jadwal programnya untuk bulan depan atau bahkan enam bulan sebelumnya karena tempat periklanan sangat kompetitif dan pemasaran acara TV membutuhkan waktu yang lama. Namun, beberapa stasiun Televisi lebih fleksibel dan dapat menyesuaikan jadwal programnya agar sesuai dengan situasi saat ini. Pada akhirnya, stasiun

²⁶ Setyo, Bono, and Sinung Restendy. "Program Siaran Televisi Indonesia: Menguatkan ataukah Melemahkan Nilai-Nilai Pancasila?." *Jurnal Komunikasi* 17.2 (2023).

²⁷ Latief, Rusman, and Yusiatic Utud. *Siaran televisi non drama: Kreatif, produktif, public relations, dan iklan*. (Jakarta: Kencana, 2017), h 5

penyiaran bertujuan untuk menyediakan program yang memenuhi kebutuhan pemirsanya. Setiap stasiun televisi menyajikan program yang menarik untuk disajikan di televisi. Stasiun televisi membuat berbagai macam program baru yang lebih menarik tentunya disesuaikan dengan peraturan penayangan yang berlaku.²⁸

Program siaran memiliki waktu tertentu sesuai programnya. Program dirancang sesuai tema, sehingga menjadi jadwal siaran. Program acara atau program siaran sering digunakan lembaga untuk siaran produk yang akan dibuat. Program siaran dibuat sesuai dengan apa yang akan disampaikan melalui siaran tersebut. Melalui pesan yang di sampaikan masyarakat dapat memahami hal hal dan unsur baru pada program. Menyiarkan program acara tentu mengacu terhadap visi, misi dan tujuan untuk memproduksi program acara, sehingga dalam pembuatan program dapat di perhitungkan siapa target audiens yang dituju. Target audiens adalah memilih segmen yang akan menjadi pemasaran program. Dalam target audiens tersebut disusun data demografi untuk dapat menjangkau audien yang ditentukan. Data tersebut dibutuhkan dalam mengantisipasi perubahan audien di setiap area yang dapat dijangkau. Dalam suatu program yang disiarkan tentunya memberikan sejumlah informasi dan tidak hanya informasi tetapi juga memberikan hiburan dan pendidikan kepada pendengar. Program yang diproduksi memiliki tujuan sendiri-sendiri sesuai yang hendak yang ingin di capai adapun strategi yang meliputi beberapa aspek:²⁹

1) Perencanaan program

Perencanaan program adalah tahapan awal saat membuat alur kerja untuk strategi program tersebut Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka

²⁸ Ernawati, Arni. *Menguasai Program Televisi: Panduan Awal untuk Pemula*. (Jawa Tengah:Penerbit NEM, 2023), h 1

²⁹ Muhammad Alwafi, Alwafi. *Strategi Kebijakan Komunikasi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Riau Dalam Menerapkan Konten Lokal Pada Siaran Tv Lokal*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024, h 31

panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program yang ingin dituju

2) Produksi dan pembelian program

Produksi dan pembelian program pada produksi adalah tahapan melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkan dari sumber lain setiap program selalu memiliki ide dan gagasan yang kemudian diwujudkan melalui produksi, pada umumnya membuat sendiri sebagian besar programnya.

3) Eksekusi program

Eksekusi program mencakup penayangan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan, manajer program melakukan koordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program bersangkutan dan menentukan jadwal penayangan dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi kebiasaan audien seperti, mobilitas audien, jenis pekerjaan, kebutuhan dan ketertarikan audien kepada hal-hal tertentu berdasarkan siklus harian, mingguan dan bulanan.

4) Pengawasan dan evaluasi

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dalam kinerja yang sudah direncanakan. menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dalam kinerja yang sudah direncanakan dengan pedoman perilaku penyiaran merupakan panduan tentang batasan-batasan mengenai apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan berlangsung dalam proses pembuatan produksi program siaran, hal ini sesuai PS3PS menjadi acuan bagi stasiun penyiaran

Mengelola program tidak berbeda dengan dengan memasarkan suatu produk kepada konsumen, keberhasilannya diukur dengan pencapaian atas tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya yang mencakup target audiens dan target pendapatan. Pada umumnya, tujuan program adalah untuk menarik dan mendapatkan sebanyak mungkin audiens. Namun jumlah audiens yang banyak bukanlah satu-satunya tujuan penayangan suatu program. Melakukan perencanaan, pengelola program atau programmer harus memutuskan atau menetapkan apa tujuan suatu program suatu program sebelum membeli atau memproduksi program

E. Konten Lokal

Konten lokal sendiri secara umum didefinisikan oleh Bhattacharjee dan Mendel sebagai program yang diproduksi di bawah kontrol kreatif dari warga. Selain itu, konten lokalnya terdiri dari beberapa jenis program antara lain fiksi, film seri, dokumenter, program seni dan acara pendidikan, berita, olahraga, peristiwa, game, advertising, teleshopping atau teleteks jasa. Konten lokal adalah sebuah ekspresi dan komunikasi dari masyarakat yang dihasilkan secara lokal. Apa yang dimiliki oleh masyarakat baik berupa pengetahuan dan pengalaman kemudian diadaptasi dan relevan dengan situasi masyarakat setempat³⁰ Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran lahir dengan dua semangat utama. Pertama, pengelolaan sistem penyiaran harus bebas dari berbagai kepentingan karena penyiaran merupakan ranah publik dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Kedua adalah semangat untuk menguatkan entitas lokal dalam semangat otonomi daerah dengan pemberlakuan sistem stasiun berjaringan. Khusus mengenai konten lokal, Undang-Undang Penyiaran mengamankan sistem berjaringan dalam sistem penyiaran Indonesia. Hal itu bukan hanya dimaksudkan pada tidak terjadinya monopoli penguasaan lembaga penyiaran, tetapi juga untuk memberikan keadilan pada lahirnya siaran-siaran yang berkonten lokal.³¹

³⁰ Juditha, Christiany. *"Televisi lokal dan konten kearifan lokal,..."* h 53

³¹ Hikmat, Mahi M. *Politik Penyiaran Lokal, ...*h 144

Program siaran berkonten lokal yang berdimensi budaya populer dengan menggunakan tenaga profesional lokal melalui PH (*Production House*) lokal yang juga kompetitif. Program siaran lokal, tidak berarti siaran yang berkonten lokal saja. Undang-Undang Penyiaran dan P3 SPS pun menyuratkan tentang pemanfaatan sumber daya lokal, termasuk di dalamnya SDM (Sumber Daya Manusia). Sasaran utama sistem penyiaran berjangkauan di antaranya selain lahirnya program siaran berkonten lokal, juga memberikan kesempatan pada kreator-kreator lokal untuk eksis dan berkiprah.³²

Kajian mengenai lokalisme (*localism*) sendiri dimulai oleh Federal *Communications Commission* (FCC) Amerika Serikat pada tahun 1998 ketika mendefinisikan mengenai lokalisme (*localism*). Lokalisme adalah area geografi yang berkaitan dengan layanan lembaga penyiaran kepada komunitas di setiap lokasi atau wilayah penyiarnya. Selanjutnya Napoli menjelaskan bahwa konten lokal dalam kebijakan media didasarkan pada asumsi normatif bahwa setiap stasiun TV wajib dan harus meliput isu-isu lokal, melaporkan berita-berita lokal, memproduksi program lokal dan menyediakan saluran bagi aspirasi lokal³³

Istilah konten lokal dikenal semenjak televisi lokal berkembang secara pesat di berbagai daerah. Konten lokal atau muatan lokal diperkenalkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standart Program Siaran (P3SPS) tahun 2012. Pengertian Program lokal pada Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) adalah program siaran dengan muatan lokal yang mencakup program siaran jurnalistik, program siaran faktual, dan program siaran nonfaktual dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat serta dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat.

³² Hikmat, Mahi M., and Dadan Firdaus. "*Siaran Keagamaan Berbasis Konten Lokal*." (Bandung: Mahasiswa Peduli Masyarakat Jawa Barat 2021), h 143

³³ Rahayu, Mastuti. *Representasi Konten Lokal*, ... h 36

Peraturan mengenai program siaran lokal tertera pada Standar program Siaran (SPS) pada bab XVV tentang program siaran lokal dalam stasiun jaringan pasal 68.

1. Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari.
2. Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) diatas paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) di antaranya wajib ditayangkan pada waktu prime time waktu setempat.
3. Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) secara bertahap wajib ditayangkan hingga paling sedikit 50% (lima puluh per seratus) untuk televisi dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari

Tiga norma hukum di atas sudah sangat jelas dan tegas, pada saat televisi memperoleh izin siaran di wilayah setempat dan memulai siaran wajib baginya menyiarkan program lokal sebesar 10% dari total waktu siarannya. KPI juga mewajibkan 30% dari total durasi siaran lokal harus disiarkan di jam *prime time*. Tidak hanya itu angka durasi siaran lokal juga harus bertambah sampai dengan minimal 50%. Jika semua televisi ataupun radio berjaringan memenuhi ketentuan ini sebetulnya dampaknya sangat dahsyat bagi dunia penyiaran di lokal. Misalnya setiap televisi berjaringan durasi siarannya selama 22 jam per hari. Maka wajib baginya menyiarkan program lokal minimal 10% yaitu selama 2,2 jam atau durasi 132 menit. Jika terus meningkat sampai 20% saja maka siaran lokalnya sudah mencapai 4,4 jam. Untuk memproduksi materi siaran sebanyak itu tentu saja akan dibutuhkan rumah produksi yang menyerap banyak tenaga kerja. Inilah diantaranya keuntungan lain yang bisa diperoleh

oleh masyarakat lokal selain tersedianya informasi yang lebih relevan bagi masyarakat setempat.³⁴

Konten lokal dalam televisi sendiri memiliki keuntungan sendiri dalam pengembangan televisi lokal beberapa faktor diantaranya adalah:

1. *Proximily*, kedekatan media dengan audiens atau penonton baik dari sisi budaya, lokasi, dan secara emosional
2. *Air personality*, produser, presenter akan lebih mengenal dan memahami keinginan audiensnya
3. Gaya hidup dan kearifan budaya lokal. Masyarakat penonton Televisi lebih menyukai program acara yang sesuai keinginan, kebiasaan, dan perilaku mereka sehari-hari

Konten lokal dalam penerapannya harus sesuai dengan peraturan yang ada dalam penyiaran terlebih pada penyiaran lokal sendiri. Dalam penyiaran kita dituntut untuk mengutamakan kepentingan publik. Aturan konten lokal harus dilaksanakan sesuai aturan yang tepat yaitu independen, adil, dan tidak memihak. Konten lokal harus realistis dan praktis serta memperhitungkan kekuatan lokal produksi dalam negeri dan potensinya untuk pengembangan. Di samping itu konten lokal harus dicapai secara progresif.³⁵

Konten lokal yang ada dalam media penyiaran memperlihatkan bagaimana pentingnya konten lokal tersebut, karena konten lokal dalam media penyiaran dapat mengangakat kerifan lokal yang ada dalam wilayah tersebut yang diharapkan mampu membangun perekonomian daerah serta melestarikan budaya setempat yang didapat digali dan diproduksi sebagai satu aset dokumentasi yang bermanfaat. Berbicara mengenai konten lokal dalam televisi sendiri sebenarnya memilki keutungan sendiri dalam pengelolaan program siaran lokal yang disuguhkan karena dalam siaran lokal tersebut media penyiaran lokal tentu memiliki kedekatan dengan para khalayak. Serta para produser dalam media tersebut memahami dengan betul mengenai keinginan

³⁴ Aminudin, Amin. "Implementasi regulasi sistem stasiun jaringan (Analisis Ekonomi Politik Media Pada RCTI Network Banten)." *Communication* 7.1 (2016).

³⁵ Rahayu, Mastuti. *Representasi Konten Lokal*, ... h 39

audiensnya, selain hal tersebut para pekerja media yang ada didalam cakupan wilayah penyiaran lokal memiliki gaya hidup dan keraifan lokal yang relatif sama dengan khalayak targetnya.

Konten lokal yang ada dalam sebuah acara televisi salah satunya adalah budaya lokal masyarakat setempat. Budaya sendiri berkenaan dengan cara manusia dalam belajar berfikir, merasa, mempercayai dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya yang memiliki pola-pola budaya seperti bahasa, persahabatan, kebiasaan, praktik komunikasi. Konten lokal sendiri tidak terlepas dari sebuah budaya yang mana budaya sendiri didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna dan mewariskan dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok yang tidak terlepas dari kerifan lokal yang ada dalam masyarakat bawasanya kearifan lokal terdiri dari tiga kategori yaitu: *Superculture*, *Culture* dan *counter culture*. Serta dimensi kerifan lokal seperti. Dimensi pengetahuan lokal, dimensi nilai lokal, dimensi keterampilan lokal, dimensi sumber daya lokal, dimensi mekanisme pengambilan keputusan lokal, dimensi solidaritas kelompok lokal³⁶

Superculture adalah kebudayaan yang berlaku bagi seluruh masyarakat kebudayaan nasional. Sedangkan *culture* adalah kebudayaan yang lebih khusus dan subculture, merupakan kebudayaan khusus dalam sebuah *culture*, namun kebudayaan ini tidaklah bertentangan dengan kebudayaan yaitu merupakan bagian turunan dari *culture*, serta *counter culture* namun *counter culture* ini bertentangan dengan kebudayaan induknya budaya individualism. Disinilah dapat dilihat bahwa konten lokal merupakan sebuah kesatuan yang didalamnya ada bermacam komponen yang mana salah satunya adalah budaya. Sedangkan budaya sendiri sangat berkaitan dengan kearifan lokal daerah setempat.

³⁶ Rahayu, Mastuti. *Representasi Konten Lokal*, ... h 43

F. Kearifan Lokal

Kearifan lokal sering disebut dengan kebijaksanaan masyarakat setempat (*lokal wisdom*), pengetahuan setempat (*lokal knowledge*) atau kecerdasan setempat (*lokal genius*). Namun sering juga kearifan lokal dimaknai sebagai sebuah pemikiran tentang nilai-nilai hidup. Pemikiran tersebut dilandasi nalar jernih, budi yang baik, dan memuat hal-hal positif. Oleh sebab itu kearifan lokal dapat diartikan sebagai hasil karya akal budi manusia, melalui perasaan mendalam, tabiat, bentuk perangai, dan anjuran untuk kemuliaan manusia dengan penguasaan hal tersebut nilai-nilai kearifan lokal akan timbul keselarsan jiwa lingkungan, mereka semakin berbudi luhur konsep kearifan lokal sendiri memberi pemahaman dan gambaran bahwa kearifan lokal selalu terkait sebagai rambu-rambu atau panduan dari berbagi asimilasi budaya global yang selalu menerpa kehidupan manusia, kearifan lokal adalah suatu nilai yang memiliki proses dan produk budaya manusia yang dalam waktu yang Panjang untuk beradaptasi dan mempertahankan hidup³⁷

Kearifan lokal merupakan fenomena yang luas dan komprehensif. Cakupan kearifan lokal cukup banyak dan beragam sehingga sulit dibatasi oleh ruang. Kearifan tradisional dan kearifan kini berbeda dengan kearifan lokal. Kearifan lokal lebih menekankan pada tempat dan lokalitas dari kearifan tersebut sehingga tidak harus merupakan sebuah kearifan yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Kearifan lokal bisa merupakan kearifan yang belum lama muncul dalam suatu komunitas sebagai hasil dari interaksinya dengan lingkungan alam dan interaksinya dengan masyarakat serta budayalain. Oleh karena itu, kearifan lokal tidak selalu bersifat tradisional karena dia dapat mencakup kearifan masa kini dan karena itu pula lebih luas maknanya daripada kearifan tradisional. Untuk membedakan kearifan lokal yang baru saja muncul dengan kearifan lokal yang sudah lama dikenal komunitas tersebut, dapat digunakan istilah: kearifan kini, kearifan baru, atau

³⁷ Abubakar, M. Si, and M. Pd Anwar. *Transformasi Budaya Malu Analisis Budaya Malu Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Aceh* (Yogyakarta : K-Media 2021), h 58

kearifan kontemporer. Kearifan tradisional dapat disebut kearifan dulu atau kearifan lama.³⁸

Kearifan lokal pada dasarnya berisi sketsa dan wawasan lokal masyarakat berkenaan dengan isu yang terhubung pada struktur lingkungan. Seperti halnya yang tertampakkan pada bagaimana lingkungan berfungsi, bagaimana timbal balik alam sebagai respon atas tindak-tanduk manusia, serta bentuk reaksi dan interaksi yang sebaiknya dimunculkan antara manusia dan lingkungan alamnya. Salah satu bentuk turunan dari pengetahuan mereka ialah terwujudnya suatu sistem pengelolaan sumber daya alam. Aktivitas pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan berdasarkan pada pemberdayaan kearifan lokal mempunyai beberapa keunggulan. Selain ditujukan dalam hal pemeliharaan keseimbangan sumber daya alam dan lingkungan, kebudayaan masyarakat setempat dapat pula dilindungi dan dipertahankan keberadaannya. Kearifan lokal merupakan suatu kerangka berpikir cerdas manusia yang dimiliki oleh segolongan masyarakat atau kalangan etnis tertentu yang dihasilkan dari pengalaman masyarakat tersebut dalam interaksinya dengan alam. Hal itu mengandung arti, kearifan lokal adalah buah daripada kerangka berpikir suatu kalangan masyarakat yang didasarkan pada pengalamannya dan belum tentu dialami oleh kalangan masyarakat lainnya. Ragam kearifan lokal dapat berupa pengetahuan lokal, keterampilan lokal, kecerdasan lokal, sumber daya lokal, proses sosial lokal, norma etika lokal, adat istiadat lokal dan sebagainya.³⁹

Budaya dan nilai kearifan yang ada di masyarakat mampu mempengaruhi perilaku mereka karena lekat dengan konteks lingkungan yang ditinggalkannya. Meskipun adat, budaya dan kearifan lokal yang berbeda-beda

³⁸ Patta Rapanna, S. E., and S. E. Yana Fajriah. *Menembus Badai Ekonomi*. (Makasar :CV Sah Media 2018), h 169

³⁹ Lestari, F. J. P. *Kajian Etnosains Berbasis Kearifan Lokal Pada Pembuatan Tahu Besuki Di Desa Jetis Sebagai Sumber Belajar IPA Di SMPN 3 Besuki (UIN KH Achmad Siddiq Jember)*, UIN KH Achmad Siddiq Jember. Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 1, 2022, h 38

ada pada setiap daerah, secara umum adat dan budaya tersebut memiliki esensi yang seragam. Falsafah adat dan budaya yang berkembang di berbagai penjuru tanah air bangsa Indonesia, rata-rata menanamkan sikap, dan perilaku moralitas yang baik dan positif. Dengan demikian, terlepas dari apakah kita memahaminya, nilai-nilai budaya, kearifan lokal, dan adat istiadat yang ada di setiap daerah punya pengaruh yang sedemikian rupa besarnya dalam pembentukan karakter bangsa Indonesia.

Kebudayaan dapat dilihat dari konsep awal kebudayaan, yakni keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, keyakinan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan serta kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai warga masyarakat. Oleh sebab itu manusia disebut sebagai makhluk budaya. Manusia memiliki kebutuhan-kebutuhan fisik dan rohani. Aktivitas kebudayaan berfungsi untuk memenuhi kompleks kebutuhan naluri manusia. Maka pernyataan manusia sebagai makhluk budaya mengandung pengertian bahwa kebudayaan merupakan dimensi hidup dalam manusia. Dalam kebudayaanlah tercakup hal-hal berkaitan dengan persepsi manusia dengan lingkungannya serta masyarakatnya. Dengan demikian hubungan antar manusia, kebudayaan, perilaku dan lingkungan sangatlah erat⁴⁰

Para ahli kebudayaan memberi pengertian kebudayaan lokal sebagai berikut :

1. *Superculture*, yakni kebudayaan yang berlaku bagi seluruh masyarakat, contohnya adalah kebudayaan nasional.
2. *Culture*, lebih khusus, misalnya berdasarkan golongan etnis, profesi, wilayah ataupun daerah contohnya budaya sunda.
3. *Sub-culture* merupakan sebuah kebudayaan khusus dalam sebuah culture tetapi tidak bertentangan dengan kebudayaan induknya, contohnya budaya gotong royong.

⁴⁰ Dr.A.A Miftah, M.Ag *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal* (Malang : Ahlimedia Press 2020), h 195

4. *Counter-culture*, tingkatannya sama dengan sub-culture, yakni bagian turunan dari culture, tetapi *counter-culture* ini bertentangan dengan kebudayaan induknya, contohnya budaya individualisme

Berdasarkan skema sosial budaya yang ada di Indonesia, yang terdiri atas masyarakat yang bersifat majemuk dalam struktur sosial, budaya dan ekonomi, budaya lokal berada di tingkat culture. Satu diantara banyaknya cara yang dapat digunakan untuk pemetaan kearifan lokal, yaitu dengan cara melakukan kegiatan identifikasi berdasarkan lokasi berlakunya kearifan lokal, yang meliputi beberapa hubungan dalam interaksi sesama manusia, interaksi manusia dengan alam, dan interaksi antara manusia dengan Tuhan. Kearifan lokal dalam aspek interaksinya dengan sesama manusia dapat berbentuk ide-ide, gagasan-gagasan, norma adat yang berlaku dalam pergaulan masyarakat dan cara yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan kearifan lokal padahal aspek interaksi manusia dengan alam bisa dilihat dari cara masyarakat menjadikan kearifan lokal sebagai acuan terhadap sistem pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Selanjutnya, kearifan lokal pada aspek interaksi antara manusia dengan Tuhan, dapat terbentuk ajaran-ajaran, perintah dan larangan-larangan Tuhan yang ada sesuai agama yang dianut oleh masyarakat tersebut. Menurut Jim Ife dalam Muhammad Japar dkk, kearifan lokal terdiri dari lima dimensi, yaitu: ⁴¹

1. Pengetahuan Lokal

Pengetahuan lokal akan selalu ada dalam setiap pola hidup kalangan masyarakat pada suatu daerah, dan senantiasa berhubungan dengan konteks lingkungan yang ditinggalinya. Berkaitan erat dengan segala unsur yang terikat pada perubahan dan pola lingkungan, keragaman jenis tumbuhan dan hewan, kondisi topografi, demografi, sosiografik. dan lain-lain yang terkait dengan lingkungannya. Hal ini terjadi karena mereka telah tinggal dan mendiami suatu daerah untuk durasi waktu yang anjang dan telah

⁴¹ Lestari, F. J. P. *Kajian Etnosains Berbasis Kearifan Lokal Pada Pembuatan Tahu Besuki Di Desa Jetis Sebagai Sumber Belajar IPA Di SMPN 3 Besuki... 41*

menghadapi berbagai perubahan sosial yang membuat mereka memiliki pilihan untuk menyesuaikan diri, dan beradaptasi dengan lingkungannya. Dalam penyesuaiannya dengan alam, kemampuan fleksibilitas menjadi bagian penting untuk dimiliki dalam suatu pengetahuan lokal

2. Nilai Lokal

Setiap wilayah memiliki aturan masyarakat atau nilai-nilai lokal yang harus ditaati dan telah disepakati bersama oleh keseluruhan anggota kalangan masyarakat tersebut. Hal itu diberlakukan untuk mengatur pola hidup dan kehidupan yang terbagi atas individu-individu yang mendiami suatu wilayah. Nilai-nilai ini pada dasarnya akan menjadi pedoman dalam hubungan yang terjalin antara manusia dengan manusia, manusia dengan alam dan manusia dengan Tuhannya. Lambat laun, akan mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan pola pikir masyarakatnya, karena nilai lokal sendiri, terikat pada dimensi masa, meliputi: masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang.

3. Keterampilan Lokal

Setiap kalangan masyarakat mampu bertahan hidup apabila ia memiliki keterampilan lokal yang dapat dipergunakan dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Hal itu dapat mencakup hal yang paling sederhana seperti keterampilan lokal bercocok tanam, meramu, berburu, sampai pada aktivitas pembuatan industri rumah tangga. Biasanya keterampilan ini bergantung pada kondisi spesifik dimana kalangan masyarakat itu seperti keterampilan lokal bercocok tanam, meramu, berburu, sampai pada aktivitas pembuatan industri rumah tangga. Biasanya keterampilan ini bergantung pada kondisi spesifik dimana kalangan masyarakat itu menetap, karena sifat daripada keterampilan ini dapat berarti suatu keterampilan hidup.

4. Sumber Daya Lokal

Secara umum sumber daya lokal terbagi dalam dua kategori, yaitu: sumber daya alam yang dapat diperbaharui dan tidak dapat diperbaharui. Pemanfaatan sumber daya alam lokal oleh masyarakat dilakukan berdasar

pada kapasitas kebutuhannya tanpa harus mengeksploitasinya secara besar-besaran.

5. Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal

Setiap kalangan masyarakat punya yang namanya pemerintahan lokal. Dalam suatu pemerintahan lokal ada suatu aturan atau kesatuan hukum yang memerintah warganya untuk bertindak sebagai warga masyarakat. Setiap individu dalam kalangan masyarakat itu punya mekanisme pengambilan keputusan yang berbeda-beda. Diantara mekanisme pengambilan keputusan yang ada dikenal dengan "Duduk sama rendah berdiri sama tinggi" dimana dalam hal ini masyarakat cenderung pada pengambilan keputusan secara demokratis. Jenis kedua dikenal dengan "Konsep pengambilan keputusan secara bertingkat atau berjenjang naik dan berjenjang turun".

Perolehan kearifan lokal dari suatu masyarakat membutuhkan waktu yang panjang melalui interaksinya dengan alam tempat mereka berada. Mereka mempunyai pemahaman, program, kegiatan, pelaksanaan terkait untuk mempertahankan, memperbaiki, dan mengembangkan unsur kebutuhan dan cara pemenuhannya, dengan memperhatikan sumber daya manusia dan sumber daya alam di sekitarnya. Kearifan lokal tersebut kemudian menjadi bagian dari cara hidup mereka yang arif untuk memecahkan segala permasalahan hidup yang mereka hadapi. Kearifan lokal merupakan suatu budaya yang kelestariannya dijaga turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya. Berkat kearifan lokal mereka dapat melangsungkan kehidupannya, bahkan dapat berkembang secara berkelanjutan (*sustainable development*). Bentuk-bentuk kearifan lokal yang ada di masyarakat dapat berupa nilai, norma, kepercayaan, dan aturan-aturan khusus. Bentuk yang bermacam-macam ini mengakibatkan fungsi kearifan lokal menjadi bermacam-macam pula. Fungsi kearifan lokal tersebut antara lain untuk: ⁴²

⁴² Indradewa, Ir Didik, and Dip Agr St. *Etnoagronomi Indonesia*. (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2021.), h 15

1. konservasi dan pelestarian sumber daya alam
2. mengembangkan sumber daya manusia
3. pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan
4. petunjuk tentang petuah, kepercayaan, sastra, dan pantangan.

G. Teori Peranan Soerjono Soekanto

1. Definisi Peranan

Teori peran adalah sebuah teori yang digunakan dalam dunia sosiologi, psikologi dan antropologi yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi maupun disiplin ilmu. Teori peran berbicara tentang istilah "peran" yang biasa digunakan dalam dunia teater, dimana seorang aktor dalam teater harus bermain sebagai tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Posisi seorang aktor dalam teater dinalogikan dengan posisi seseorang dalam masyarakat, dan keduanya memiliki kesamaan posisi.⁴³

Peranan menurut Soerjono Soekanto merupakan aspek dinamis kedudukan status. Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan. Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain. Orang yang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya Peranan diatur oleh norma-norma yang berlaku. Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan kemasyarakatan. Posisi seseorang dalam masyarakat *social-position* merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjuk pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Jadi, seseorang menduduki

⁴³ Sarlito Wirawan Sarwono, *Teori-Teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rajawali Pers 2015), h 215.

suatu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan Adapun syarat-syarat peran dalam Soerjono Soekanto yaitu: ⁴⁴

- 1) Peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kemsyarakatan. Kehidupan
- 2) Peran adalah suatu konsep perilaku apa yang dapat dilaksanakan oleh individu-individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

Peranan sosial yang ada dalam masyarakat dapat diklasifikasikan menurut bermacam-macam cara sesuai dengan banyaknya sudut pandang. Berdasarkan pelaksanaannya peranan sosial dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:⁴⁵

- 1) Peranan yang diharapkan (*excepted roles*), cara ideal dalam pelaksanaan peranan menurut penilaian masyarakat. Masyarakat menghendaki peranan yang diharapkan dilaksanakan secermat-cermatnya dan peranan ini tidak dapat ditawar dan harus dilaksanakan seperti yang ditentukan:
- 2) Peranan yang disesuaikan (*actual roles*), yaitu cara bagaimana sebenarnya peranan itu dijalankan. Peranan ini pelaksanaannya lebih luwes, dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi tertentu. Peranan yang disesuaikan mungkin tidak cocok dengan situasi setempat, tetapi kekurangan yang muncul dapat di anggap wajar oleh masyarakat.

Dari beberapa pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status dan kedudukan tertentu,

⁴⁴ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h 212.

⁴⁵ Hamdanah, *Administrasi pendidikan masdrasah diniyah*, (Yogyakarta : Ananta Vidya 2022), h 52