BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media massa dalam era digital sekarang ini dirasa terhubung dengan kegiatan masyarakat dalam mencari informasi, apalagi kelebihan teknologi yang memudahkannya untuk mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan teknologi menjadi digital memungkinkan sebuah media untuk menghantarkan segala jenis gelombang dalam satu jalur frekuensi saja. Keuntungan yang dapat diperoleh dari penggunaan sistem digital antara lain, *computer compability* dan *integrity of the data when transmitted* yang berarti kemampuan perangkat digital untuk terhubung dan transfer data ke perangkat digital lain.[1] Keterkaitan teknologi dan komunikasi menjadikan media massa (terutama elektronik dan *online*) menjadi warna baru dalam mengakses segala informasi yang diperlukan oleh masyarakat.

[1] Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. Si, *KOMUNIKASI MASSA*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h. 142.

Saat ini Indonesia sedang masuk dalam era digital berbasis *online*. Masyarakat lebih menyukai menonton tayangan-tayangan digital berbasis *online* dibandingkan menonton tayangan pada siaran televisi konvensional. *Youtube* merupakan sebuah video portal yang sering dijadikan alternatif masyarakat Indonesia dalam mengakses tayangan digital berbasis *online*. Kelebihan *Youtube* yang dapatdiakses oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun membuat penonton di Indonesia semakin bertambah.[2]

Didalamnya terdapat video-video yang telah diunggah *(upload)* dan dapat kita lihat tanpa harus menunggu lama. Tak kalah menarik juga *Youtube* menyedikan fitur siaran langsung *(live streaming).* Penonton juga bisa langsung memberikan komentar pada kolom yang telah disediakan. Kehadiran *Youtube* juga menjadi media sosial yang paling diminati masyarakat karena didalamnya terdapat berbagai macam jenis video mulai dari hiburan, tips dan trik, sampai juga berita-berita ter*update*.

Terlepas dari itu, *Youtube* memiliki jangkauan yang sangat luas tidak hanya di daerah tertentu, namun semua orang dari

---

[2] Kajian Jurnalisme, Volume 2, Nomor 2, tahun 2019, Hal. 199. Diakses pada hari Minggu tanggal 19 Januari 2020 pukul 08.12 WIB.

berbagai daerah pun dapat menonton video tersebut. Suatu manfaat yang besar bagia media lokal seperti Sultan TV, programnya diputar dimanapun dan kapanpun. Kita juga dapat menjadi orang tercepat yang dapat menonton program yang baru diunggah dengan menggunakan fitur berlangganan *(Subscribe)* pada *Youtube* yaitu berlangganan video tanpa harus membayar sekalipun.

Strategi adalah suatu kesatuan rencana kerja yang menyeluruh, komperhensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, strategi dapat dikatakan urutan rencana yang telah difikirkan dikonsepkan secara menyeluruh dari awal hingga akhir dari suatu tujuan.[3] Strategi komunikasi mencerminkan kebijaksanaan dalam merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk memecahkan komunikasi itu. Dengan kata lain, strategi menyangkut apa yang akan dilakukan *(what to do).*

Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi *(communication planning)* dan manajemen

[3]Suhandang, Kustiadi, *Strategi dakwah penerapan strategi komunikasi dalam dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 101.

(management communication) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan operasionalnya secara praktis, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu.

Ada dua alasan mengapa kegiatan komunikasi memerlukan strategi. Pertama, karena pesan yang kita sampaikan harus diterima dalam arti *receive* tetapi ada juga *accepted.* Kedua, agar kita bisa mendapatkan respon yang diharapkan. Dalam hal ini, strategi tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi yang melibatkan komponen-komponen seperti komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek.[4]

Komunikasi akan berhasil dengan baik, jika suatu strategi digunakan dalam melakukan komunikasi. Tentunya setiap komunikator memiliki strategi yang berbeda-beda dalam melakukan komunikasi. Keberhasilan sebuah strategi dapat dilakukan jika setiap komunikator memperhatikan hal-hal yang terkait dengan strategi yaitu melihat kondisi, situasi lingkungan, pesan, efek, dan komunikannya. Hal ini dinilai sangat penting

[4] JOM FISIP, Volume 5, Nomor 1, April 2018, Hal. 3. Diakses pada hari Minggu tanggal 19 Januari 2020 pukul 08.08 WIB.

karena hubungan antara komunikator dengan komunikan akan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu komunikasi.

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau satu segmen dari isi radio maupun televisi secara keseluruhan. Dapat dikatakan siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari program siaran yang mana masing-masing program siaran akan menempati waktu-waktu tertentu.[5]

Suatu program merupakan faktor yang cukup penting dalam mendukung finansial suatu perusahaan penyiaran televisi, karena program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat khalayak tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik itu radio atau televisi.

Banyaknya tayangan televisi yang dianggap meresahkan dan memberikan dampak buruk kepada khalayak juga dapat menuntun pada terjadinya perubahan perilaku masyarakat. Tidak terasa masyarakat perlahan-lahan mulai meninggalkan

---

[5] Djamal, dkk., (ed.) *Dasar-dasar Penyiaran* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 149.

kebudayaan asal daerah dan beralih pada kebiasaan yang ditampilkan oleh konten program yang dihadirkan oleh televisi dan media massa lainnya.

Dari pengamatan peneliti, pertumbuhan kuantitas media massa di Banten semakin merajalela. Banyak media lokal berusaha untuk mempertahankan eksistensinya dan harus mampu bersaing dengan media yang lebih besar disekitarnya akibat kalah saing dalam penyajian konten. Beratnya kompetisi industri media massa menuntut pengelola media massa untuk lebih kreatif dalam mengemas konten.

Sultan TV merupakan TV online pertama yang didirikan di Banten yang memproduksi program-program audiovisual untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui broadcasting house. Unit usahanya adalah menyediakan jasa konsultasi media, jasa publikasi media atau agensi iklan berbasis digital.

Bila dibandingkan dengan televisi pada umumnya, televisi lokal berbasis online memang bukanlah sebuah raksasa televisi seperti halnya televisi swasta maupun negeri. Televisi lokal

terbatas pada jangkauan siaran yang hanya dapat dipantau pada radius berjarak cukup pendek yaitu 2,5 km. Namun uniknya meski Sultan TV mengantongi izin sebagai televisi lokal online budaya dan wisata, Sultan TV memiliki andil dalam menyajikan konten yang bermanfaat bagi khalayak. Program-program Sultan TV sangat mendukung untuk terciptanya desentralisasi dalam sajian budaya lokal khususnya Banten.

Dalam menjalankan penyiaran, Sultan Tv berpegang teguh pada visi dan misi yang telah dibuat dengan tetap berusaha menghadirkan konten yang bagus dan bermanfaat bagi khalayak, komitmen tersebut berusaha diwujudkan oleh Sultan TV dengan mengudara setiap hari Sabtu. Program demi program disusun dengan rapih agar dapat dinikmati oleh khalayak. Dalam setiap minggu nya Sultan TV mampu menghadirkan program-program menarik untuk khalayak melalui program unggulannya seperti program WARNA yang berisikan tentang sejarah budaya, event, komunitas, *lifestyle*, tempat wisata yang menarik serta kuliner yang ada di wilayah Banten.

Program-program yang sangat menarik yang mampu menghantarkan Sultan TV sebagai televisi online di Banten. Sultan TV sendiri senantiasa mengasah diri sebagai media partner yang memberikan layanan terbaik bagi seluruh mitra usaha. Dengan dukungan SDM yang profesional, Sultan TV siap menjadi tv online yang dapat diandalkan. Dengan berbagai program yang disajikan Sultan TV mencoba untuk tetap eksis di media penyiaran, ditengah-tengah persaingan yang begitu ketat, dengan cara terus memperbaiki mutu program agar tetap diminati masyarakat. Program WARNA adalah salah satu bagian program yang mempunyai format siaran hiburan, informasi, dan pendidikan. Secara spesifik program WARNA tidak berkecimpung dengan keagamaan, yakni bersifat universal. Karena program WARNA tidak tersekat pada agama tertentu. Program ini juga berhasil menarik minat penonton dengan membagikan pengetahuan baru, hal ini terlihat dari respon yang cukup baik dari penonton.

Untuk menciptakan program yang layak dikonsumsi publik, diperlukan kreativitas dalam setiap proses pengemasan tayangan

tersebut. Program kreatif penciptaan program televisi berkembang mulai dari berlangungnya proses imajinasi menjadi gagasan awal, proses perancangan (penyusunan format dan kriteria program siaran), proses produksi, sampai pada proses kreatifnya tersebut. Dalam proses pembuatan program yang kreatif, tim kreatif, sutradara hingga produser harus melakukan eksploitasi atas kreativitas agar nantinya genre program terencana dengan sebaik-baiknya. Suatu program yang baik adalah program yang memiliki fokus genre, sehingga dapat membuat khalayak nyaman dalam menikmati program yang ditayangkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dianggap menarik bagi peneliti karena sebagaimana diketahui bahwa Sultan TV yang hanya merupakan televisi online di Banten berusaha untuk menghadirkan program bermanfaat yang mendidik yang berbeda dari pada umumnya. Strategi diperlukan agar kedepannya program-program yang dihadirkan semakin dikenal dan diminati oleh khalayak umum. Karena saat ini tantangan dalam media massa harus bersaing dengan konten media massa lain yang juga memiliki strategi komunikasi

penyajian yang lebih memikat, maka peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam dengan judul **"Strategi Komunikasi Pada Program WARNA dalam Menarik Minat Penonton (Studi Kasus di Sultan TV Serang)".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat ditentukan rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi program WARNA dalam menarik minat penonton?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses membangun program WARNA berbasis *online*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menemukan jawaban atas masalah yang telah dirumuskan atau disebut perumusan masalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi program WARNA dalam menarik minat penonton.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam proses membangun program WARNA berbasis *online*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

   Untuk bisa mengaplikasikan sebagian besar ilmu teori yang dipelajari selama dalam perkuliahan kedalam dunia kerja di bidang Komunikasi pada umumnya dan Komunikasi Massa pada khususnya.

2. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi aktif dalam khazanah ilmu komunikasi, yang kedepannya akan semakin berkembang luas serta dapat memberikan pengetahuan baru kepada seluruh mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Hasil penelitian ini juga memberikan pengetahuan perkembangan ilmu komunikasi terlebih pada kajian media massa, khususnya media *online*.

3. Manfaat Praktis

- Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana strategi komunikasi media massa TV dalam menyajikan program kebudayaan lokal agar diminati oleh masyarakat.
- Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan landasan bagi para jurnalis maupun masyarakat lainnya dalam hal strategi komunikasi suatu program yang bersifat edukatif bagi khalayak. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menginformasikan mengenai strategi sebuah program dan menjadi dorongan bagi industri pertelevisian berbasis online di era digitalisasi yang persaingan media nya begitu ketat.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui dan menjelaskan bagaimana Strategi Komunikasi Program WARNA dalam Menarik Minat Penonton. Penulis menemukan beberapa penelitian yang sedikit memiliki kesamaan namun berbeda dengan isi atau konten permasalahan yang penulis teliti.

Oleh karena itu, untuk menghindari kesamaan dengan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya, maka penulis telah melakukan penelusuran dan kajian dari berbagai sumber dan referensi yang memiliki kesamaan topik atau referensi dengan penelitian ini. Berikut adalah beberapa karya tulis yang relevan dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian dengan judul "Realitas Kompas TV dalam Menggunakan *Youtube* Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita" oleh Galuh Gamabrata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena serta realitas apa saja yang terjadi pada proses penyebaran informasi (tayangan berita) melaui situs berbagi video, *Youtube*. Penelitian ini menggunakan pendekatan realitas sosial dari Max Weber dengan paradigma manajemen media massa dari Harold D. Laswell dan Schramm yang mengutamakan tujuan dan motivasi dibalik pengaplikasian media baru pada salah satu strateginya. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi.

Kedua, skripsi dari Intan Try Wahyuningdyah (10191040) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang yang berjudul "Strategi Komunikasi Palembang TV dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat (Studi Deskriptif pada Program *Kelakar B'thok*)".[6]

Dalam skripsinya Intan Try Wahyuningdyah mengemukakan bahwa *Kelakar B'thok* adalah program televisi hiburan yang dikemas secara ringan berisikan kelucuan-kelucuan khas masyarakat Palembang. Dan strategi yang dilakukan Palembang TV dalam menarik minat menonton masyarakat salah satunya dengan melakukan strategi komunikasi yang efektif melalui penempatan jam tayang yang tepat yaitu dua kali dalam seminggu pada hari Sabtu pukul 16.30 WIB dan pada hari Rabu pukul 20.00 WIB, menargetkan semua usia sebagai penonton, dari anak-anak sampai dewasa, serta menampilkan tema dan ide cerita yang menggambarkan kehidupan sehari-hari kemudian dikemas

[6] Intan Tri Wahyuningdyah, "Strategi Komunikasi Palembang TV dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat (Studi Deskriptif pada Program *Kelakar B'thok*)" (Skripsi, Universitas Bina Darma, Palembang, 2010).

ringan dalam bentuk komedi khas Palembang dan sesuai dengan *trend* dan kehidupan masyarakat di Kota Palembang.

Persamaan yang ada pada penelitian Intan Try Wahyuningdyah dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi dalam menarik minat penonton. Perbedaannya penelitian ini menggunakan teori pengharapan nila, sedangkan penelitian peneliti menggunakan teori AIDDA *(Attention, Interest, Desire, Decision, Action)*.

Ketiga, oleh Abdul Aziz Alfiansyah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta dalam skripsinya pada tahun 2018 yang berjudul "Strategi Komunikasi Program *Jalan-jalan Ning Solo (J2NS)* di Solo TV". [7] Skripsi Abdul Aziz ini menjelaskan mengenai strategi komunikasi suatu program dalam upaya meningkatkan kualitas konten khususnya program J2NS di Solo. Secara umum yang diuraikan dalam penelitian ini adalah mengenai strategi komunikasi budaya lokal dalam konsep visualisasi program "J2NS".

---

[7] Abdul Aziz Alfiansyah, "Strategi Komunikasi Program *Jalan-jalan Ning Solo (J2NS)* di Solo TV" (Skripsi, IAIN Surakarta, Surakarta, 2018).

Keempat, Kristiani Retnowati mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjudul "Strategi Programming pada RRI Programa (Studi Tentang Pemeliharaan Mutu Program Siaran Agama Islam)".[8] Pada skripsi ini terdapat perbedaan objek penelitiannya. Pada skripsi ini objek penelitiannya adalah strategi *Programming* pada radio RRI Yogyakarta. Sedangkan skripsi yang saya tulis berisikan tentang strategi *programming* dalam program WARNA di Sultan TV.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan mendeskripsikan objek yang diteliti secara mendalam dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Sultan TV Serang, dengan objek penelitian yaitu program WARNA di Sultan TV Serang.

Demikian penelitian sejenis yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, adapun persamaan dari keempat peneliti tersebut dengan pokok penelitian dalam skripsi ini adalah sama-sama

---

[8] Kristiani Retnowati, "Strategi Programming pada RRI Programa (Studi Tentang Pemeliharaan Mutu Program Siaran Agama Islam)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016).

meneliti tentang strategi komunikasi dan penggunaan media massa, khususnya media *online.* Dalam penelitian ini, peneliti akan menguak bagaimana strategi komunikasi yang dihadirkan oleh Sultan TV dalam usaha untuk menyajikan program WARNA hingga beberapa faktor pendukung dan pengambat yang ada pada proses pengelolaan programnya dengan menggunakan teori AIDDA *(Attention, Interest, Desire, Decision, Action)*.

F. Kerangka Teori

Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.[9] Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan ditelevisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan

[9] Prof. H. Hafied Cangara, M. Sc., Ph. D, *Perencanaan & Strategi Komunikasi,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), Cetakan ke-3, h. 64.

dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik.[10]

Strategi komunikasi bisa dikatakan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sifat, sikap pendapat khalayak (komunikan, hadirin, atau *mad'u*) atas dasar yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Komunikasi merupakan proses yang rumit, oleh sebab itu dalam suatu hubungan antara komunikan dengan komunikator sangat diperlukan sebuah strategi komunikasi. Oleh karenanya, diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor pendukung dan penghambat.

Berdasarkan teori diatas, peneliti akan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi suatu program televisi lokal berbasis *online* dalam menarik minat penonton. Objek penelitian ini tentang program WARNA di Sultan TV, program WARNA merupakan salah satu program unggulan yang ada di Sultan TV.

---

[10] Morrisan, M.A, *MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2008), Cetakan ke-6, h. 217.

Program WARNA menyajikan beberapa konten tentang sejarah budaya, *lifestyle*, kuliner, wisata, komunitas dan juga event. Kemudian strategi yang digunakan untuk menarik minat para penonton berupa pemilihan jam tayang yang tepat yaitu setiap hari Sabtu, pembawaan yang menarik, dan juga narasumber yang berkompeten.

Dibutuhkan strategi komunikasi yang baik untuk pengembangan program ini, strategi komunikasi yang digunakan salah satunya dengan menggunakan teori AIDDA *(Attention, Interest, Desire, Decision, Action)*. Teori AIDDA merupakan bentuk akronim dari *Attention (A), Interest (I), Desire (D), Decision (D),* dan *Action (A).* AIDDA adalah salah satu model hierarki efek yang banyak digunakan dalam pemasaran dan periklanan untuk menggambarkan tahapan yang terjadi saat pertama kali konsumen sadar akan adanya produk atau layanan hingga ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan.[11]

---

[11] https://pakarkomunikasi.com. Diakses pada hari Kamis tanggal 30 Januari 2020 pukul 15.27 WIB.

Dalam teori ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian *(attention)* sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat *(interest)*, yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat *(desire)* untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan *(decision)*, yakni keputusan untuk melakukan *(action)* sebagaimana diharapkan komunikator.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yakni penelitian yang berusaha untuk memaparkan situasi atau peristiwa yang teliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Penelitian deskriptif

kualitatif terbatas pada usaha mengungkapkan suatu fakta yang berupa kata-kata tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel, walau tidak menutup kemungkinan adanya dalam bentuk angka.[12]

2. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu data yang berupa berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari hasil wawancara dan obsevasi secara langsung terhadap objek dilapangan serta data-data dokumentasi.

a. Data Primer

Data primer yaitu sekumpulan informasi yang diperoleh peneliti langsung dari lokasi penelitian melalui sumber pertama (responden atau informan, melalui wawancara) atau melalui hasil pengamatan yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber dari hasil

[12] eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 3, 2014, hal 373-385. Diakses pada hari Rabu tanggal 23 Oktober 2019 pukul 13.50 WIB.

wawancara mendalam dengan informan kunci dari hasil observasi.[13]

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dari pihak-pihak yang terlibat secara langsung dengan pihak yang memegang program WARNA di Sultan TV seperti pimpinan redaksi, redaktur Sultan TV, dan penonton untuk diwawancarai.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.[14] Adapun data sekunder ini adalah data-data pelengkap untuk mendukung penelitian. Data sekunder ini peneliti peroleh dari dokumen, catatan, dan artikel di *website* internet, atau data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

---

[13] Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), Cetakan ke-1, h. 65.

[14] Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Cetakan ke-13, h. 91.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dan mengungkap permasalahan baik itu berupa data primer atau sekunder, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Pada penelitian ini penulis menggunakan observasi partisipasi aktif, yaitu kegiatan mengamati dan ikut terlibat kedalam kegiatan tersebut dengan cara menyaksikan secara langsung bagaimana proses kegiatan selama 1 (satu) bulan yakni dari tanggal 10 September sampai dengan 10 Oktober 2019. Teknik observasi ini dilakukan penulis untuk memberikan gambaran awal mengenai Sultan TV. Observasi berguna untuk

menjelaskan, memaparkan dan merinci gejala yang terjadi.[15]

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mencari data dengan menanyakan pertanyaan kepada sumber yang dianggap tepat untuk memberikan informasi seputar permasalahan yang akan diteliti lebih lanjut bahwa wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang langsung secara lisan, dimana dua atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan.[16]

Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dalam penelitian, peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan bebas dimana peneliti hanya menggunakan garis-garis besar pertanyaan yang berkenaan dengan masalah penelitian. Penulis melakukan wawancara

---

[15] Drs. Jalaluddin Rakhmat, M. SC, *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Cetakan ke-16, h. 83.

[16] Chalid Narbuko dan Abu Ahmad, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1997), Cetakan ke-1, h. 83.

dengan tim kreatif Sultan TV, redaktur Sultan TV dan 3 orang penonton.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dicari oleh peneliti melalui penelusuran dokumen-dokumen yang ada di obyek penelitian, baik dokumen resmi maupun pribadi. Dokumen penelitian dalam menentukan penelitian Strategi Komunikasi Pada Program WARNA dengan menggunakan arsip-arsip yang akan dimintakan pada Sultan TV serta media lain yang diperlukan. Dokumen tersebut dikumpulkan oleh peneliti untuk memperkuat penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang Sultan TV serta dokumen yang berhubungan dengan instansi tersebut.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan cara berpikir deduktif, yaitu cara berpikir yang ditangkap atau diambil dari pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik

kesimpulan yang bersifat khusus. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan unit-unit, melajukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[17]

Data-data yang telah terkumpul dari observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif untuk dianalisa sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam menganalisis data penulis akan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis inilah yang digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi pada program WARNA di Sultan TV.

---

[17] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT. Alfabeta, 2010), h. 89.

H. Sistematika Pembahasan

Berikut ini adalah gambaran rinci sistematika pembahasan skripsi. Penelitian skripsi ini disusun dengan terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI PADA PROGRAM

Bab ini berisi landasan teori yang memuat kajian Strategi Komunikasi Pada Program WARNA di Sultan TV. Tinjauannya meliputi pengertian strategi komunikasi, media *online*, dan program.

BAB III GAMBARAN OBJEKTIF SULTAN TV

Bab ini berisi tentang profil Sultan TV, meliputi sejarah berdirinya Sultan TV, visi dan misi Sultan TV, logo Sultan TV, struktur organisasi Sultan TV, dan program WARNA di Sultan TV.

BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM WARNA DI SULTAN TV

Bab ini meliputi strategi komunikasi pada program WARNA dalam menarik minat penonton, dan faktor pendukung dan penghambat dalam proses membangun program WARNA berbasis *online*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.