

STRATEGI KAWANUA TV DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSINYA SEBAGAI TELEVISI LOKAL

Lady Sulistya Arumili Machlawi
Antonius Boham
Reiner Onsu
ladysulistyaarumili_machlawi@yahoo.com

Abstrak

Kehadiran Kawanua TV sebagai televisi lokal baru dan termuda di Kota Manado, menghadapi tantangan yang tidak ringan untuk meningkatkan eksistensinya. Dari prasarvei yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa hanya sebagian kecil dari masyarakat kota Manado yang tahu atau menonton Kawanua TV. Tantangan peningkatan eksistensi tersebut tidak hanya datang dari luar, tetapi dari dalam pun ada masalah yang ditemukan. Sehingga untuk meningkatkan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Kawanua TV harus melakukan berbagai strategi untuk dapat meningkat dan berkembang. **Teori** yang digunakan adalah Teori *Agenda-Setting* dengan menggunakan analisa SWOT. **Metode** yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. **Hasil** penelitian menemukan bahwa strategi yang dilakukan Kawanua TV, melalui analisis SWOT maka yang paling menonjol adalah peluang (*opportunities*). Karena Kawanua TV merupakan televisi lokal baru dan saat ini baru memasuki tahun ke dua jadi sangat besar peluang untuk lebih meningkat dan berkembang menjadi televisi yang lebih besar.

Kata kunci: *Strategi, Eksistensi, Televisi Lokal*

1. PENDAHULUAN

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa elektronik, ia merupakan gabungan dari media dengar (audio) dan media gambar (visual). Perkembangan televisi di Indonesia tidak lepas dari kemunculan Televisi Republik Indonesia (TVRI) sebagai stasiun televisi pertama yang mengudara pada 17 Agustus 1962. TVRI hadir sebagai satu-satunya saluran televisi resmi pemerintah Indonesia. Setelah diresmikannya UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran, menjadi dasar operasional TV swasta nasional dan juga TV lokal dan komunitas, menambah maraknya bisnis televisi di tanah air, dan pada gilirannya masyarakat akan dihadapkan pada beragam pilihan program yang menarik. Kehadiran Kawanua TV sebagai televisi

lokal baru dan termuda di Kota Manado, menghadapi tantangan yang tidak ringan untuk meningkatkan eksistensinya. Jadi bagaimana Kawanua TV ini mampu bersaing secara positif sehingga kalau bisa setara dengan televisi nasional atau paling tidak setara atau berada sedikit lebih diatas dari televisi lokal lain yang ada di Manado secara kualitasnya. Dari prasarvei yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa hanya sebagian kecil dari masyarakat kota Manado yang tahu atau menonton Kawanua TV. Tantangan peningkatan eksistensi tersebut tidak hanya datang dari luar, tetapi dari dalam pun ada masalah yang ditemukan. Dalam pelaksanaan suatu program misalnya program news tidak berjalan dengan baik diduga disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki

Kawanua TV. Sehingga untuk meningkatkan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Kawanua TV harus melakukan berbagai strategi untuk dapat meningkat dan berkembang. (Rinowati, 2011) Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi yang dilakukan oleh Kawanua TV untuk meningkatkan eksistensinya sebagai sebuah televisi lokal. Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Kawanua TV dalam meningkatkan eksistensinya sebagai televisi lokal ?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Televisi Lokal

Berbicara mengenai televisi lokal, dalam Pasal 6 ayat (3) UU No. 32 tahun 2002 tercantum bahwa, dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Dan juga dalam Pasal 31 ayat (1) Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan/atau stasiun penyiaran lokal. Ayat (5) berbunyi Stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Ayat (6) Mayoritas pemilikan modal awal dan pengelolaan stasiun penyiaran lokal diutamakan kepada masyarakat di daerah tempat stasiun lokal itu berada.

Dikutip dari Wikipedia, stasiun televisi lokal adalah stasiun penyiaran yang memiliki studio siaran yang berada di lokasi tertentu, dengan wilayah jangkauan siaran tertentu. Hal ini juga

tertuang dalam Pasal 14 ayat (3) UU No. 32 tahun 2002 bahwa, Lembaga Penyiaran Publik Lokal hanya dapat didirikan di daerah provinsi, kabupaten, atau kota. Dan tidak luput dari pengawasan KPI dan Pemerintah seperti tertuang dalam Pasal 18 ayat (3) UU No. 32 tahun 2002, Pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional, dan nasional, baik untuk jasa penyiaran radio maupun jasa penyiaran televisi, disusun oleh KPI bersama Pemerintah.

Strategi Komunikasi

Yang dimaksud dengan strategi berasal dari kata Yunani “strategos” dan menunjukkan pada keseluruhan peran komando seperti sebuah komando umum militer. Dalam bisnis, strategi menentukan lingkup dan arah suatu pengembangan organisasi. (Butterick, 2014: 153)

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy, 2013: 32)

Dalam menyusun suatu strategi komunikasi untuk dioperasikan dengan

taktik-taktik komunikasi sebagai penjabaran, pertama-tama ia harus menghayati proses komunikasi yang akan dilancarkan. Proses komunikasi harus berlangsung secara “berputar” (*circular*), tidak “melurus” (*linear*); ini berarti idenya sebagai ekspresi dari panduan dan peristiwa yang kemudian berbentuk pesan, setelah sampai pada komunikan, harus diusahakan agar efek komunikasinya dalam bentuk tanggapan mengalir menjadi umpan balik. Dengan lain perkataan komunikator harus tahu efek atau akibat dari komunikasi yang dilancarkannya itu, apakah positif sesuai dengan tujuan, apakah negatif. Jika setelah dievaluasi umpan balik komunikasinya positif, maka pola komunikasi yang sama dapat dipergunakan lagi untuk pesan lain yang harus dikomunikasikan; bila ternyata negatif, pada gilirannya harus diteliti faktor-faktor penghambat yang menyebabkan kegagalan komunikasinya itu. (Effendy, 2003: 310)

Peningkatan Eksistensi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran. Menurut kamus bahasa Inggris eksistensi atau *existence* yang berarti adanya, wujud, kehidupan, hidup, penghidupan.

Dikutip dari Wikipedia, Eksistensi berasal dari kata bahasa Latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi 4 pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu

itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.

Eksistensi yang terkait dengan penelitian ini adalah keberadaan atau kehadiran, dimana keberadaan yang dimaksudkan disini adalah berkaitan dengan peran dan fungsi. Peran merupakan perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Fungsi merupakan kegunaan dari suatu hal. Jadi, bagaimana Kawanua TV dengan kehadirannya mampu berperan sebagai televisi lokal seperti apa yang diharapkan, agar dapat meningkat dan berkembang baik dari sisi pemirsa maupun dari sisi pendapatannya. Berbicara mengenai peningkatan eksistensi berarti juga berbicara tentang strategi. Berbicara tentang bagaimana strategi untuk bisa meningkatkan eksistensi.

Teori Agenda-Setting

Menurut Effendy, *Agenda-setting* diperkenalkan oleh McCombs dan DL Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* tahun 1972, berjudul *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Asumsi dasar teori *agenda-setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat. Teori *agenda-setting* menganggap bahwa masyarakat akan

belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya. (Bungin, 2013: 285)

Analisis SWOT

Sebuah analisis mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan yang terbuka bagi perusahaan dan sejumlah ancaman yang teridentifikasi. Analisis SWOT dapat diterapkan pada banyak situasi dan keadaan yang berbeda (Butterick, 2014: 152).

Internal	<u>Kekuatan</u> <i>(Strengths)</i> Keunggulan yang kita miliki	<u>Kelemahan</u> <i>(Weaknesses)</i> Kelemahan yang kita miliki
External	<u>Peluang</u> <i>(Opportunities)</i> Perubahan eksternal yang sesuai dengan keahlian kita	<u>Ancaman</u> <i>(Threats)</i> Perubahan eksternal yang menghambat karir kita
	Mendukung	Tidak Mendukung

Gambar1. Analisis SWOT (Rangkuti, Freddy 2015: 8)

Analisis yang dikenal dengan sebutan analisis *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats-SWOT (SWOT analysis)* atau analisis Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman adalah sangat penting untuk mengetahui posisi usaha yang dijalankan saat ini. Analisis ini merupakan suatu proses dimana kita menganalisis karakteristik usaha dan lingkungan yang dapat memengaruhi usaha yang akan atau sedang kita jalankan.

Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang dianalisis dari dalam yang dapat secara langsung kita kendalikan, seperti tenaga kerja, produksi, pemasaran. Peluang dan ancaman merupakan faktor

yang dianalisis di luar organisasi atau perusahaan yang tidak dapat dikendalikan, namun masih dapat dihindari atau dimanfaatkan, seperti persaingan, kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, sosial, teknologi, dan pemasok.

Analisis ini untuk meneliti satu per satu hal-hal yang dapat dimanfaatkan atau yang harus dihindari dan dijadikan pertimbangan-pertimbangan bagi segala macam tindakan yang akan dilakukan terutama yang berkaitan dengan rencana pengembangan usaha maupun yang lainnya (Suharyadi, dkk. 2007: 190-191)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka dan lebih menekankan pada makna (data dibalik yang teramati). Peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail. (Sugiyono, 2014: 16)

Dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun jumlah informan sebanyak 7 orang melalui teknik pengambilan informan yaitu *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan di Kantor Kawanua TV. Kemudian untuk teknis analisis data dilakukan melalui reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Perencanaan Program Di Kawanua TV

1) Kekuatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan ada beberapa perencanaan program yang bisa dijadikan kekuatan oleh Kawanua TV, yaitu Keuntungan tersendiri bagi Kawanua TV berjaringan dengan Jawapostv karena diberikan kesempatan dan keleluasaan untuk menayangkan program lokal produksi sendiri sebanyak 60% dan 40%nya program *relay* dari pusat.

Penyajian program siaran Kawanua TV sudah berkualitas *high definition* (HD) didukung dengan alat-alat yang sudah sesuai dengan standar broadcast sehingga membuat siaran lebih berkualitas, walaupun sistem televisi masih analog tapi alat yang digunakan sudah digital. Informan 6 sebagai penonton juga mengatakan bahwa keunggulan yang dimiliki Kawanua TV dari segi visualisasi tayangannya lebih jernih dan berkualitas HD.

Selanjutnya mengenai konsep program dan memerhatikan durasi yang digunakan dalam setiap program. Konsep program berhubungan dengan kreatifitas, tepat waktu, dan rapi dalam penyajian. Tidak lupa pula kemasan program budaya lokal yang berkonsep sederhana tapi menarik dan jam tayang program disesuaikan dengan kebiasaan penonton agar tepat sasaran. Dengan memerhatikan durasi dari setiap program acara agar mencapai sasaran, jangan terlalu cepat dan jangan terlalu lama karena penonton akan bosan dan bisa menarik perhatian pengiklan.

Program berita merupakan program unggulan karena memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan, karena dengan adanya program berita bisa memenuhi kebutuhan informasi yang ada pada setiap pemirsa. Program berita di Kawanua TV memiliki keunggulan tersendiri karena berita yang disajikan adalah berita terbaru, serta menyampaikan informasi yang positif dan netral. Program berita Kawanua Sore kelebihannya berita kejadian sepanjang hari dari pagi sampai siang langsung disajikan sore jadi masih hangat beritanya, kalau ditayangkan besok hari beritanya sudah basi karena di media online sudah tayang lebih dulu dan di koran juga sudah tayang. Program berita Kawanua sore disiarkan ulang pada pukul 18.30 wita.

Aplikasi streaming JPM Stream juga menjadi kekuatan karena bisa diakses dimana saja kapan saja selama masih bisa akses internet.

2) Kelemahan

Seperti yang diungkapkan tadi bahwa Kawanua TV memiliki slot program konten lokal sebanyak 60%, tapi jumlah tersebut belum bisa tercapai karena baru terealisasi 25-30%. Kawanua TV merupakan televisi baru dan program yang dimiliki pun masih sedikit sehingga mereka berencana akan menambah program untuk memenuhi target 60% tadi.

Program yang sudah tayang pun masih ada yang melenceng dari konsep. Program Kawanua Pop misalnya, seperti yang dikatakan informan 2 bahwa program tersebut merupakan wadah bagi para seniman baik itu lokal Manado ataupun yang ada di Sulawesi Utara,. Tapi program tersebut belum terealisasi karena

belum menemukan Sumber Daya Manusia yang tepat untuk mengisi dan mengatur jalannya program tersebut. Sehingga kedepannya Kawanua TV akan menambah jumlah karyawan sampai pada jumlah yang sudah ditargetkan.

Faktor teknis juga menjadi kelemahan seperti studio, karena sekarang studio yang dimiliki oleh Kawanua TV masih dalam tahap membangun, jadi untuk mengundang narasumber yang diminta mengisi suatu acara dapat menggunakan ruangan kantor atau lokasi dipindahkan ditempat lain atau *outdoor*. Jangkauan siaran yang dimiliki oleh Kawanua TV juga harus ditambah, karena target jangkauan siaran Kawanua TV adalah Sulawesi Utara dan sekarang baru beberapa daerah seperti Manado, Minahasa, Minahasa Utara, Bitung, dan Tomohon. Sedangkan untuk Minahasa Selatan dan Minahasa Tenggara belum bisa dijangkau karena terhalang oleh perbukitan.

3) Peluang

Media sosial berpeluang menarik audien dan iklan melalui promosi program, walaupun tidak seaktif seperti melakukan promosi program di siaran stasiun televisi sendiri. Tapi perlu melakukan promosi dimedia sosial karena sekarang sudah banyak yang menggunakan media sosial dan tidak bisa lepas dari media sosial.

Wartawan atau reporter berita juga sangat membantu dalam mengenalkan Kawanua TV kepada khalayak. Reporter tidak dituntut, tapi bisa langsung bilang ke narasumber kalau dari Kawanua TV dan kalau ada berita atau ingin memasang iklan bisa menghubungi nomor redaksi.

Melalui program-program yang ditayangkan di Kawanua TV sangat

berpeluang untuk dikerjasamakan dengan pemerintah dan swasta, karena ini media lokal yang mungkin pemerintah sendiri hanya akan punya kesempatan untuk bisa bekerjasama dan lebih tepat sasaran, walaupun dengan media nasional mungkin biayanya juga sangat tinggi.

4) Ancaman

Mengadakan evaluasi program yang sudah tayang perlu dilakukan untuk melihat ancaman dan melihat seberapa baik suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai dan diwujudkan, apakah bisa diterima oleh masyarakat atau program itu tidak berhasil dan malah ditolak oleh masyarakat. Hal lain yang bisa menjadi ancaman dalam setiap program, misalnya saat produksi, jadwal produksi, kondisi cuaca, tempat produksi, biasanya di lapangan tidak berjalan sesuai rencana atau *rundown* yang sudah ditetapkan. Cara mengatasinya biasanya sudah ada *backup* tempat-tempat produksi atau sediakan *planning* lain sebelum eksekusi program sampai program itu ditayangkan.

Strategi untuk mengembangkan kualitas Kawanua TV mulai dari pengembangan fasilitas dan peningkatan sumber daya manusia

1) Kekuatan

Informan 2 mengatakan alat-alat yang digunakan seperti kamera Sony PXW-X70 untuk produksi dan kualitas resolusi video lebih terang dan lebih jelas. PXW-X70 juga bisa digunakan untuk *streaming* karena ada wifi jadi bisa transfer file, kita bisa secara langsung ambil gambar sambil *streaming* ke *server* jadi bisa

siaran langsung. Tombol yang ada di PXW-X70 mudah dihafal. *Master control* kita pakai yang standar dulu tapi kualitasnya juga sudah bisa full HD. Untuk news untuk wartawan/reporter kita ada *handycam* Sony HDR-PJ410 yaitu *handycam* yang sesuai dengan kualitas siaran yang full HD.

Fasilitas seperti mobil operasional untuk transportasi tim produksi dan penyiaran serta reporter dan untuk transportasi peralatan pendukung siaran luar. Untuk menara pemancar, seperti yang dikatakan informan 2 bahwa Kawanua TV sudah memiliki pemancar sendiri di Makawembeng sudah beli lahan baru untuk membangun fasilitas pemancar.

Sumber Daya Manusia atau karyawan yang dimiliki Kawanua TV saat ini juga bisa dijadikan kekuatan karena walaupun masih sedikit tapi berkualitas, kreatif dan memiliki semangat kerja dan kerjasama tim yang bagus.

2) Kelemahan

Sebagai stasiun televisi lokal yang baru berdiri tak dapat dipungkiri bahwa alat yang digunakan Kawanua TV terbilang masih kurang, sehingga kedepannya berencana menambah alat sesuai kebutuhan pakai.

Sedangkan studio dan ruang siaran yang dimiliki Kawanua TV saat ini sedang dalam proses membangun sehingga menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki karena menjadi kendala dalam setiap program. Waktu dalam menyelesaikan fasilitas studio juga menjadi kelemahan, karena biasanya melenceng dari waktu yang sudah ditargetkan karena terkendala pada bahan dan alat yang lama datang.

Sumber Daya Manusia atau karyawan yang dimiliki pun belum tercapai karena target karyawan sekitar 100-150 orang, sementara karyawan yang dimiliki saat ini baru mencapai 20 lebih karyawan. Informan 1 menyatakan, SDM masih kurang jadi kita berupaya untuk terus mencari SDM yang handal karena untuk program regular saja kita masih kewalahan karena keterbatasan SDM.

3) Peluang

Berjaringan dengan Jawapostv memberikan kesempatan atau peluang bagi Kawanua TV untuk menambah alat yang harganya tidak bisa dijangkau oleh Kawanua TV. Berjaringan dengan Jawapostv juga bisa bekerjasama dalam melakukan pelatihan untuk karyawan baru.

4) Ancaman

Alat yang dipesan lama datang dan terkendala perijinan di Bea Cukai menjadi ancaman bagi Kawanua TV karena bisa menghambat kinerja. Seperti yang diungkapkan informan 2 bahwa kadang terkendala dengan perijinan di Bea Cukai. Lebih lagi kalau beli barang banyak untuk setiap TV yang berjaringan dengan Jawapos, dikirim ke Jakarta lalu ke Manado. Kesulitan mencari karyawan yang ahli juga menjadi ancaman. Informan 1 mengungkapkan, kesulitan mencari orang-orang yang benar. Pekerja TV itu tidak segampang orang yang bekerja di tempat lain, harus selektif hambatan disitu. Melihat dari kemampuannya itupun harus dididik lagi.

Strategi untuk meningkatkan eksistensi Kawanua TV berdasarkan analisis SWOT

1) Kekuatan

Menurut informan 5 Kawanua TV merupakan TV lokal swasta murni, karena bedanya Kawanua TV dengan televisi lokal lain itu kalau televisi lokal lain merupakan televisi lokal biro sedangkan Kawanua TV merupakan televisi lokal Manado yang berjaringan dengan Jawapostv induknya. Berjaringan dengan Jawapostv juga memberikan kelebihan tersendiri karena Jawapostv membantu mempromosikan Kawanua TV melalui siaran televisi mereka maupun siaran televisi lokal yang berjaringan dengan mereka. Kawanua TV juga diberikan slot waktu siaran lokal lebih panjang dan diberi kebebasan untuk mengelolah, mengatur dan memproduksi program siaran sendiri. Sehingga memberikan Kawanua TV kesempatan untuk lebih eksis dibidangnya.

Sebagaimana yang diungkapkan dalam teori *agenda-setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Jadi dari asumsi ini dan dari siaran lokal Kawanua TV lebih banyak memberikan kelebihan tersendiri karena bisa memengaruhi khalayak dengan memberi tekanan pada suatu peristiwa dalam hal ini dengan menyiarkan program-program siaran yang bermuatan lokal.

Kawanua TV membuat program lokal yang lebih dekat dengan pemirsa agar pemirsa tertarik untuk menonton dan menjadi kekuatan untuk tambah eksis.

Program harus benar-benar dekat dengan pemirsa dalam arti yang sudah familiar dengan pemirsa. Program yang dekat dengan masyarakat yaitu ketika mengangkat apa yang menjadi kenyataan yang ada pada masyarakat pada saat itu. Kalau mengadopsi dari tempat lain ketertarikannya sangat kurang, sangat kecil sekali. Program yang paling banyak peminat salah satunya adalah program berita, karena kelebihannya berita kejadian sepanjang hari dari pagi sampai siang langsung disajikan sore jadi masih hangat beritanya, kalau kita menayangkannya nanti besok hari itu beritanya sudah basi karena di media online sudah tayang lebih dulu dan di koran juga sudah tayang. Aplikasi streaming JPM Stream juga menjadi kekuatan karena saat ini orang lebih sering menggunakan *smartphone* dan bisa diakses dimana saja kapan saja Karyawan atau SDM yang kreatif dan kompak. SDM yang dimiliki sekarang bagus-bagus meskipun kita baru 20 orang lebih tapi dilihat dari jenjang pendidikan mereka juga sudah bagus semua. Kreatifitas SDM harus lebih ditingkatkan lagi agar Kawanua TV tetap eksis ditonton masyarakat sehingga bisa menarik audien dan iklan.

2) Kelemahan

Aspek teknik seperti pemancar, saat ini sekitar 80%, Manado 80%, Minahasa dapat 90%, Minahasa Utara 75%, Bitung 80%, Minahasa Selatan kita belum survei tapi mungkin 30-35% karena terhalang oleh banyak dataran tinggi dan itu masuk ke area *blankspot* (area yang tidak terjangkau dari sudut transmisi). Untuk Minahasa Tenggara kita pernah survei kesana pertama dia masuk *blankspot*. Bolaang Mongondow, Kotamobagu,

Bolmut, Boltim, Bolsel juga karena kalau mau sampai disana harus tambah transmisi lagi di gunung yang lebih tinggi lagi.

Aspek program. Kawanua TV memiliki waktu siaran untuk program berkonten lokal sebanyak 60% dan sisanya 40% *relay* dari stasiun induk jaringan mereka Jawapostv. Tapi jumlah tersebut belum bisa dan realita saat ini Kawanua TV baru mampu memenuhi 25-30% program lokal, karena mengingat Kawanua TV merupakan televisi baru dan program yang dimiliki pun masih sedikit sehingga mereka berencana akan menambah program. Program yang sudah tayang pun masih ada yang melenceng dari konsep, karena belum menemukan Sumber Daya Manusia yang tepat untuk mengisi dan mengatur jalannya program tersebut. Sehingga kedepannya Kawanua TV akan menambah jumlah SDM sampai pada jumlah yang sudah ditargetkan mereka. Informasi yang disampaikan di setiap program juga harus menghindari berita hoax dan mengandung unsur SARA agar tumbuh rasa percaya pada penonton atau pemirsa sehingga mereka ingin terus menonton Kawanua TV.

Aspek fasilitas yaitu studio Sedangkan studio dan ruang siaran yang dimiliki Kawanua TV saat ini sedang dalam proses membangun sehingga menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki karena menjadi kendala dalam program.

3) Peluang

Kawanua TV sering promosi program melalui media sosial. Saat ini media sosial dianggap menjadi wadah promosi yang paling baik jadi melalui media sosial memperkenalkan setiap program agar dikenal masyarakat.

Selain melalui program terestrial, juga melalui transmisi dan jaringan melalui aplikasi streaming di JPM Stream. Media sosial Facebook, Twitter, Instagram dimanfaatkan sebaik mungkin untuk memperkenalkan program.

Menurut Morissan (2015: 328-329) kerjasama dengan pemerintah. Target audien stasiun penyiaran lokal di daerah tentu saja masyarakat lokal setempat. Pengelola program media penyiaran daerah dapat bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk memproduksi acara dengan *setting* berdasarkan dengan kebutuhan daerah setempat, misalnya mengemas sebuah *talk show*. Melalui acara ini, pemerintah kota atau kabupaten bisa menyampaikan berbagai gagasan atau informasi pembangunan, *progress report* program pemerintah daerah, serta mendiskusikan berbagai masalah social. Acara semacam ini biasanya disukai oleh masyarakat setempat karena menyangkut daerah mereka. Dengan demikian, media penyiaran daerah menjadi sebuah jembatan komunikasi antara masyarakat dan pemerintah, serta medium yang mampu menstimulasi dukungan masyarakat dan pemerintah.

Bekerjasama dengan pihak swasta melalui event-event yang mereka selenggarakan dan kita masuk dengan event-event tersebut sebagai media partner ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event supaya orang lebih cepat mengenal Kawanua TV. Bekerjasama dengan TV kabel bisa menjadi peluang untuk meningkatkan eksistensi karena punya pelanggan 25.000, secara otomatis itu bisa menambah jumlah penonton Kawanua TV. Tapi untuk mengetahui peningkatan jumlah penonton harus

melalui lembaga terpercaya seperti AC Nielsen. Pemasangan iklan lokal di Kawanua TV harga lebih terjangkau dan tepat sasaran. Pemasang iklan dapat dibagi ke dalam beberapa kategori, yaitu pemasang iklan yang beroperasi dalam skala lokal, regional dan nasional. Untuk menjadi TV regional berarti harus menambah jangkauan siaran. Jangkauan siaran Kawanua TV belum menjangkau semua daerah, jadi Kawanua TV masih sangat berpeluang untuk menambah jangkauan siaran karena saat ini Kawanua TV juga baru mau memasuki tahun kedua.

Wartawan berita Wartawan atau reporter berita juga sangat membantu dalam mengenalkan Kawanua TV kepada khalayak. Perubahan teknologi. Perusahaan memilih karyawan biasanya karena mereka memiliki pengalaman atau latar belakang dan keahlian untuk melaksanakan suatu tanggung jawab tertentu.

4) Ancaman

Tingkat kepercayaan orang masih kecil dan banyak orang yang belum tahu Kawanua TV. Karena Kawanua TV merupakan televisi lokal baru dan dilihat dari jangkauan siarannya pun belum terlalu luas sehingga membuat banyak orang belum tahu apa itu Kawanua TV dan adapula narasumber yang menolak untuk diwawancarai terkait privasi. Untuk itu bagi para wartawan berita atau reporter sebisa mungkin menggunakan atribut yang melambungkan Kawanua TV seperti seragam dan kartu pers dan hal ini juga bisa tertolong dengan adanya aplikasi steaming. Menurut Morissan (2015: 287) pengelola media penyiaran berkompetisi untuk

merebut waktu orang lain untuk mau menyaksikan acara yang disuguhkan. Persaingan terjadi tidak hanya dengan media penyiaran sejenis (televisi atau radio) tetapi juga dengan media cetak, bioskop, dan lain-lain. Pengelola harus menemukan cara terbaik untuk bersaing dalam setiap segmen waktu penyiaran. TV lokal, TV nasional dan media massa lain menjadi ancaman untuk meningkatkan eksistensi Kawanua TV. Karena bersaing melalui program dan merebut audien. Pengelola program stasiun televisi perlu mempelajari kekuatan dan kelemahan program stasiun saingan pada waktu siaran yang mencakup jumlah penonton yang bisa ditarik dan ciri-ciri demografis audien yang tersedia pada setiap bagian waktu siaran. Dalam hal ini, pada setiap waktu siaran terdapat dua pilihan dalam menayangkan suatu program, yaitu: (1) mencoba menarik audien yang tengah menyaksikan program pada stasiun saingan dengan menayangkan program yang sejenis; dan (2) menayangkan program yang berbeda dengan program stasiun saingan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan program audien yang belum terpenuhi. (Morissan, 2015: 295)

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang dapat ditarik, setelah dianalisis melalui analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- 1) **Strategi perencanaan program-program di Kawanua TV**, dilakukan dengan memberikan konsep program dan perhatikan durasi dalam penyajian, menyajikan program berkonten lokal sebanyak 60% dengan kualitas

penyajian program siaran HD, penyiaran program juga melalui aplikasi streaming, program berita menyampaikan informasi yang positif dan netral. Kelemahannya adalah program berkonten lokal karena dari 60% baru terealisasi 25-30%, Sumber Daya Manusia belum tercapai dan faktor teknis masih kurang, jangkauan siaran belum sesuai target. Kesempatan memperkenalkan program melalui media sosial, sosialisasi melalui wartawan berita, kerjasama dengan pemerintah dan swasta. Dan hambatan yang menjadi ancaman seperti kendala cuaca dan tempat produksi serta evaluasi program yang sudah tayang.

- 2) **Strategi untuk mengembangkan kualitas Kawanua TV mulai dari pengembangan fasilitas dan peningkatan sumber daya manusia,** kualitas Kawanua TV didukung dengan alat-alat sudah berkualitas *high definition*, dan fasilitas seperti mobil operasional dan menara pemancar, serta kualitas SDM atau karyawan yang dimiliki. Karena Kawanua TV merupakan televisi baru jadi kelemahannya alat yang digunakan masih kurang, studio dan ruang siaran sedang dibangun, Sumber Daya Manusia belum tercapai. Tapi peluang yang dimiliki sangat besar dengan berjejaring dengan Jawapostv dan melakukan pelatihan untuk karyawan baru. Dan yang menjadi hambatan yaitu alat yang dipesan lama datang dan terkendala perijinan di Bea Cukai, serta kesulitan mencari karyawan yang ahli (harus selektif).
- 3) **Strategi untuk meningkatkan eksistensi Kawanua TV berdasarkan analisis SWOT,** untuk meningkatkan eksistensinya Kawanua TV melakukan beberapa cara yang

bisa dijadikan kekuatan dalam meningkatkan eksistensi yaitu dengan membuat program lokal yang lebih dekat dengan pemirsa, berjejaring dengan Jawapostv, jam siaran lokal yang dimiliki lebih banyak, program berita yang paling banyak penontonnya, siaran melalui aplikasi streaming, SDM yang kreatif dan kompak, bekerjasama melakukan beli program untuk menambah pendapatan. Kelemahan dalam meningkatkan eksistensi ada pada aspek teknik yaitu jangkauan siaran yang masih terbatas, aspek program berkonten lokal sebanyak 60% baru terealisasi 25-30% dan aspek fasilitas ruang studio sedang dalam proses membangun, serta Sumber Daya Manusia belum tercapai. Tapi peluang yang dimiliki Kawanua TV dalam meningkatkan eksistensi sangat terbuka lebar melalui media sosial, melakukan kerjasama dengan pemerintah dan swasta, kerjasama dengan TV kabel, menarik iklan lokal karena lebih tepat sasaran, TV regional dan menambah jangkauan siaran, sosialisasi wartawan berita, perubahan teknologi memberikan kesempatan belajar lagi. Dan hambatan yang bisa menjadi ancaman Kawanua TV dalam meningkatkan eksistensinya yaitu tingkat kepercayaan orang masih kecil dan banyak orang yang belum tahu tentang Kawanua TV dan persaingan antar TV lokal, TV nasional serta media massa lain.

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi Kawanua TV dalam meningkatkan eksistensinya sebagai televisi lokal, melalui tiga fokus penelitian maka yang paling menonjol dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Kawanua TV dalam meningkatkan

eksistensinya adalah **peluang** (*opportunities*). Karena Kawanua TV merupakan televisi lokal baru dan saat ini baru memasuki tahun ke dua jadi sangat besar peluang untuk lebih meningkat dan berkembang menjadi televisi yang lebih besar. Peluang Kawanua TV terbuka sangat lebar karena program siaran lokal di Kawanua TV mencapai 60% memberikan peluang untuk bisa dikerjasamakan dengan pihak lain jadi bisa menambah pendapatan dan menambah jumlah penonton.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, yaitu:

- 1) Kawanua TV diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas-kualitas programnya, baik dari segi konten maupun teknisnya, agar kepuasan penonton semakin meningkat terhadap Kawanua TV.
- 2) Kawanua TV lebih giat lagi dalam melakukan promosi program-programnya agar dapat menarik penonton muda dan dewasa dalam meningkatkan eksistensi.
- 3) Kawanua TV diharapkan secepatnya menambah jumlah Sumber Daya manusia atau karyawan agar program yang direncanakan bisa berjalan.
- 4) Kawanua TV diharapkan lebih mengembangkan jangkauan siaran yang sudah dimiliki saat ini karena masih sebagian dari wilayah Sulawesi Utara seperti yang sudah ditargetkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E., Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media

Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Butterick, Keith. 2014. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers

Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti

----- . 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. 2017. *Siaran Televisi Nondrama*. Jakarta: Kencana

Morissan, M. A. 2015. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana

Mufid, Muhamad. 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rangkuti, Freddy. 2015. *Personal SWOT Analysis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo

Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Widya Padjadjaran

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed*

Methods). Bandung: Alfabeta

Suharyadi, A. Nugroho, Purwanto S. K., dan M. Faturohman. 2007.

Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda. Jakarta: Salemba Empat

Suprpto, Tommy. 2013. *Berkarier di Bidang Broadcasting*. Jakarta: Buku Seru

Widjaja, H. A. W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi

Aksara

Sumber Lain:

kbbi.kemdikbud.go.id

Rinowati N.A. 2011. *Eksistensi Televisi Lokal (Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran)*.

Universitas Diponegoro

Taufli, Ernis Suryani. 2014. *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan*

Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal. Universitas Andalas

wikipedia.org

www.komisiinformasi.go.id