

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang memiliki pengaruh yang besar dikalangan masyarakat hingga saat ini, karena televisi telah dinilai sebagai pusat informasi untuk sebagian besar masyarakat di berbagai belahan dunia tak terkecuali bagi Indonesia sendiri. Kata televisi diketahui berasal dari bahasa Yunani yaitu “*tele*” yang memiliki arti jauh dan bahasa Latin “*visio*” yang berarti penglihatan. Menurut Ilham Z, televise atau TV didefinisikan sebagai alat penangkap siaran bergambar yang merupakan audio/visual dan cara penyiaran videonya secara *broadcasting*.¹ Sedangkan Adi Badjuri memberikan definisi tentang televisi sebagai media gambar sekaligus media suara yang mana orang tidak hanya bisa melihat gambar dari tayangan yang disiarkan namun juga bisa memahami narasi atau suara yang dihasilkan oleh pancaran gambar tersebut.² Sehingga dari beberapa definisi terkait dengan televisi dapat disimpulkan secara umum bahwa televisi merupakan salah satu media elektronik publik yang memiliki fungsi informasi, fungsi pendidikan serta fungsi hiburan melalui siaran *broadcasting* dengan luaran audio dan visual serta narasi yang diberikan kepada penonton untuk memahami informasi lebih baik. Ilham Z menambahkan televisi terbagi menjadi beberapa jenis berdasarkan istilah dalam kamus televisi dan film yaitu diantaranya adalah televisi digital, televisi analog, dan televisi lokal.³

Perkembangan televisi di Indonesia sendiri baru dimulai sejak tahun 1962, dimana Presiden yang menjabat saat itu menambahkan proyek media televisi dalam proyek pembangunan Asian Games IV hingga akhirnya lahirlah televisi analog

¹ M. Sabbri (2018) *Interpersonal Communication Analysis Officer Bill with service STV Cable PT. Ardia Media Tama Selatpanjang Meranti Island District (Case Study On Meranti Vision)*, Universitas Islam Riau. (Diakses pada 31 Maret 2023).

² Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnal*. (Diakses pada 2 April 2023)

³ M. Sabbri (2018) *Interpersonal Communication Analysis Officer Bill with service STV Cable PT. Ardia Media Tama Selatpanjang Meranti Island District (Case Study On Meranti Vision)*. Universitas Islam Riau. (Diakses pada 31 Maret 2023).

dengan stasiun televisi Pemerintah atau Nasional Indonesia yang pertama,⁴ tidak berhenti pada itu saja nyatanya perkembangan televisi mulai meningkat dengan ditandai kemunculan berbagai stasiun televisi swasta serta stasiun televisi lokal yang masih berkembang hingga saat ini. Jika televisi digital dan analog memiliki wilayah siaran yang luas maka televisi lokal memiliki jangkauan siaran terbatas pada suatu wilayah tertentu.

Seiring dengan perkembangan TIK atau Teknologi Informasi dan Komunikasi menjadi penyebab berbagai *new media* yang bermunculan saat ini baik itu dalam bentuk media cetak, media elektronik maupun media *online*, sehingga hal tersebut menimbulkan perubahan dikalangan masyarakat dimana kebutuhan masyarakat akan informasi yang menjadi lebih besar. Dari berbagai jenis media massa yang ada, media elektronik dan media *online* adalah media massa yang paling sering digunakan oleh masyarakat dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Dikutip dari *antaranews.com*, Perusahaan riset Nielsen mengumumkan bahwa hasil dari pengukuran fase pertama jumlah penonton media elektronik mengalami peningkatan dari mulanya 58,9 juta pengguna menjadi 96 juta pengguna hingga Juli 2022 lalu atau mengalami kenaikan sebesar 70-an persen sedangkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna media *online* di Indonesia mencapai 215,63 juta pengguna pada periode 2022-2023 dimana jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,67 persen dari periode sebelumnya yaitu sebanyak 210,03 juta pengguna dan pandemi *Covid-19* yang beberapa tahun belakangan ini mewabah juga menjadi salah satu faktor penyebab dari adanya peningkatan pada pengguna media massa elektronik dan media *online* tersebut.⁵

Namun dibalik perkembangan media elektronik dan media *online* yang saat ini terjadi terdapat beberapa perubahan yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi tersebut, salah satunya adalah muncul istilah Konvergensi Media.

⁴ Adryamarthanino, Verelladevanka. "Sejarah dan Perkembangan Televisi di Indonesia". Kompas.com: 2022. (Diakses pada 2 April 2023).

⁵ Jainita, Ulfa. "Jumlah Penonton TV di Indonesia". Antaranews.com: 2022. <https://kalsel.antaranews.com/berita/366816/jumlah-penonton-televisi-turun-delapan-persen-per-tahun>. (Diakses pada 2 April 2023).

Konvergensi merupakan istilah yang biasa digunakan dalam dunia ekonomi yang digunakan untuk menggambarkan hubungan terarah dari dua tren, harga atau indikator atau secara singkat diartikan sebagai penggabungan atau penyatuan dua kekuatan untuk bergerak bersama. Sedangkan dalam komunikasi Konvergensi media didefinisikan sebagai penggabungan media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan dalam satu titik tujuan, definisi tersebut didukung dengan definisi konvergensi media dalam buku *Cyber Society: Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi* karya Catur Nugroho bahwa konvergensi media adalah integrasi media melalui digitalisasi yang dilakukan oleh industri media.⁶ Definisi tersebut diperkuat dengan makna konvergensi media dalam *The Canadian Encyclopedia* yang merujuk pada dua hal yaitu konvergensi teknologi atau penggabungan platform media yang sebelumnya berbeda menjadi satu melalui digitalisasi serta jaringan komputer dan yang kedua adalah konsolidasi media atau strategi bisnis dimana perusahaan yang bergelut dalam bidang komunikasi menggabungkan kepemilikannya atas properti media yang berbeda.

Dengan adanya konvergensi media tersebut maka memberikan dampak bukan hanya pada bidang jurnalistik maupun media namun juga pada berbagai aspek kehidupan masyarakat diantaranya adalah pola konsumsi media masyarakat, persepsi publik, penyebaran informasi dan literasi media. Konvergensi media itu sendiri bisa terjadi dalam semua bentuk media massa baik itu konvensional maupun elektronik tak terkecuali pada televisi, dapat kita cermati perkembangan media saat ini dimana media televisi baik itu TV Nasional, Swasta maupun Lokal telah memulai konvergensi media dengan menerbitkan layanan dalam berbagai platform media *online* seperti *youtube* dan *website*. Dengan adanya konvergensi media yang terjadi masyarakat akan lebih mudah dalam mengakses informasi melalui *gadget* yang dimiliki untuk saling berbagi maupun berdiskusi dengan orang lain. Selain itu, konvergensi media juga menyebabkan persaingan yang ketat antar media dengan mengutamakan penyampaian informasi yang cepat dan diferensiasi konten. Sehingga secara tidak langsung perusahaan media Nasional, Swasta, maupun Lokal

⁶ Alisty, Diandra Nessa. "Konvergensi Media: Pengertian dan Dampaknya". perpustakaan.bsn.go.id: 2022. <https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&id=1672> .(Diakses pada 6 April 2023).

harus mampu beradaptasi dengan adanya perkembangan teknologi yang menimbulkan konvergensi media untuk mempertahankan keberadaannya. Jika perusahaan media tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan SDM maka hal tersebut akan menjadi penghambat dalam perkembangan perusahaan itu sendiri yang dapat disebut sebagai sebuah krisis.

Krisis merupakan kata yang berasal dari Bahasa Yunani "*Kpion*" yang memiliki arti sebuah keputusan. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Krisis didefinisikan sebagai suatu keadaan yang berbahaya, keadaan genting dsb. Sedangkan menurut Rhenald Kasali, krisis adalah suatu "*turning point for better or worse*" yang jika diartikan bahwa krisis adalah titik balik untuk menjadi semakin baik atau menjadi buruk. Sehingga dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa krisis adalah suatu peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi dan diperkirakan akan membuat situasi yang tidak stabil dan berbahaya jika tidak ditangani dengan baik. Krisis tidak hanya terjadi pada perusahaan besar saja namun juga dapat terjadi pada semua perusahaan besar maupun kecil dengan skala krisis yang berbeda-beda, sehingga jika terjadi suatu krisis maka perusahaan tersebut harus segera membuat keputusan terkait dengan tindakan atau solusi apa yang akan dilakukan untuk mengatasi krisis dengan segera dan tidak menjadi penghambat dalam perkembangan perusahaan. Fearn-Banks menyatakan bahwa sebuah krisis biasanya akan mengganggu transaksi normal dan terkadang bisa mengancam kelangsungan hidup atau keberadaan perusahaan atau organisasi, selain itu kita juga tidak bisa menduga kapan krisis tersebut akan terjadi.

Terdapat salah satu fungsi manajemen yang biasanya dimiliki oleh sebuah perusahaan yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melakukan pengelolaan krisis yang diketahui sebagai Hubungan Masyarakat atau dalam perusahaan akrab dikenal sebagai Public Relation. Seorang praktisi Public Relation secara umum memiliki tugas dan peran untuk membangun dan memelihara hubungan mutualistik dari komunikasi, pemahaman dan penerimaan hingga kerjasama yang terjalin antara organisasi atau perusahaan dan publiknya. Sehingga dapat kita pahami bahwa *Public Relations* mempersiapkan bahan atau konsep dari suatu informasi yang akan disampaikan pemimpin kepada masyarakat atau pihak tertentu dalam

pidato, wawancara, seminar maupun sosialisasi dimana *Public Relations* tersebut dilakukan untuk membentuk opini publik yang dapat dijadikan sebagai masukan yang menguntungkan bagi kedua pihak dan menanamkan rasa pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik serta dapat menambahkan kepercayaan dan citra positif dari publiknya itu sendiri. Dikutip dari *Kompas.com*, Alex Mulya selaku Direktur Riset Economics menyampaikan bahwa *Public Relations* atau PR memiliki peran penting dalam menciptakan berita positif untuk mengimbangi berita negatif saat dihadapkan pada situasi dan kondisi yang menimbulkan krisis. Sehingga seorang praktisi *Public Relations* atau PR harus memiliki kemampuan dalam menghadapi sebuah krisis dari mulai tahap perencanaan hingga tahapan penyelesaiannya.⁷

Pengelolaan krisis yang dilakukan praktisi *Public Relations* disebut sebagai manajemen krisis atau *Crisis management*, dalam Kamus Marketing yang disusun oleh Norman A. Hart dan Jon Stapleton manajemen krisis didefinisikan sebagai suatu praktik yang sedang tumbuh dalam kegiatan hubungan masyarakat atau *Public Relations* dimana suatu rencana yang telah disusun secara rinci dan telah dipertimbangkan sebelumnya untuk menghadapi setiap kemungkinan krisis yang terjadi dalam batas-batas yang dapat dipahami.⁸ Dari definisi tersebut dapat digaris bawahi bahwa semakin hari praktik manajemen krisis akan semakin dibutuhkan, manajemen krisis merupakan bagian dari kegiatan *Public Relations* dan manajemen krisis merupakan sebuah rencana terperinci dalam menghadapi krisis yang terjadi dalam suatu perusahaan. Sehingga seorang praktisi *Public Relations* harus mampu memahami suatu krisis dengan sangat baik dari mulai penyebab, penanganannya serta pencegahan untuk krisis tersebut terjadi lagi dan memberikan dampak yang negatif bagi perusahaan.

Seperti penggambaran yang sebelumnya telah dipaparkan bahwa krisis dapat terjadi kepada perusahaan apa saja dan dengan kapasitas yang berbeda-beda maka hal tersebut juga berlaku bagi perusahaan yang mengelola stasiun televisi dimana

⁷ Beki Nugraha Samsuri. PERS Berkualitas, Masyarakat Cerdas. Jakarta: Dewan Pers. 2013

⁸ Nur Alinie Wisudani, "Skripsi: Manajemen Krisis *Public Relations* PT Pertamina (Persero) Unit Pengolahan Cilacap", (Surabaya: Universitas Airlangga, 2009).

dengan adanya perkembangan teknologi bukan hanya pengaruh positif saja yang didapatkan namun juga berbarengan dengan pengaruh negatif bagi perusahaan itu sendiri, salah satunya adalah perusahaan televisi yang tidak atau belum mampu menghadapi konvergensi media dan masih bertahan dengan cara konvensional. Sehingga jika tidak ada perubahan atau penyesuaian yang dilakukan maka seiring berjalannya waktu akan mulai kehilangan peminatnya karena lebih memilih untuk menggunakan media digital dalam mendapatkan informasi dan berita secara *up to date*.

Kota Temanggung merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah yang pada tahun 2017 secara resmi telah mendirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal atau LPPL Temanggung TV dimana saat ini berada dibawah pengelolaan dan pengawasan Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Temanggung. Temanggung TV diketahui sebagai salah satu media konvensional elektronik yang ada di Kabupaten Temanggung dimana bersama dengan ErTe FM telah ditetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal, yaitu suatu lembaga yang merujuk pada penyiaran publik di tingkat lokal yang tidak dimiliki dan dijalankan oleh LPP tingkat Nasional.

Menjadi stasiun televisi yang terbilang masih baru dibandingkan dengan stasiun televisi yang sudah kita kenal saat ini sehingga popularitasnya pun masih dalam tahap pengembangan. Temanggung TV memiliki berbagai macam program yang memuat konten informasi, edukasi dan hiburan yang diproduksi secara rutin dan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi khususnya masyarakat di wilayah Kota Temanggung itu sendiri.

Namun seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa suatu perusahaan maupun instansi bisa saja mengalami krisis tak terkecuali bagi Temanggung TV itu sendiri. Selain masih menjadi stasiun televisi lokal yang masih baru Temanggung TV telah dihadapkan dengan beberapa isu-isu yang bisa menjadi sebuah ancaman dan dikhawatirkan dapat menghambat pengembangan Temanggung TV, diantaranya adalah Temanggung TV yang tidak memiliki surat ijin siaran selama 5 tahun beroperasi dimana hal tersebut terjadi karena ketika pendirian Temanggung TV terdapat moratorium dari pemerintah untuk tidak mengeluarkan surat ijin siaran

kepada Lembaga Penyiaran, kemampuan SDM dalam mengikuti tren perkembangan media digital, platform media sosial yang kurang aktif dalam pengelolaannya dimana hal tersebut dapat dilihat dan diamati melalui platform media social Temanggung TV yang belum bisa rutin dan konsisten dalam mengunggah konten yang terkait dengan program yang dijalankan serta pola kebutuhan informasi masyarakat yang mulai bergantung pada kemudahan digital seperti smartphone dan gadget yang dimiliki untuk mendapatkan informasi secara cepat dan *up to date*.

Sehingga dari beberapa fenomena dan isu-isu yang terjadi di lingkungan kerja Temanggung TV maka diperlukan pengelolaan krisis atau manajemen krisis yang dilakukan oleh staff atau praktisi yang memiliki peran dan tugas tersebut yaitu melalui praktisi *Public Relations* yang secara khusus melakukan riset, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap fenomena dan isu-isu yang dikhawatirkan bahwa hal-hal tersebut bisa mempengaruhi kinerja dari Temanggung TV sehingga menimbulkan krisis yang berkepanjangan dan mengancam keberlangsungan serta eksistensi Temanggung TV di era perkembangan digital ini.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abd. Majid dengan judul “Tren Pergeseran Media Konvensional Ke Era Digitalisasi (Studi Kasus Konvergensi Media Di Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat)” menyatakan bahwa pada tahun penelitian tersebut dilaksanakan perkembangan teknologi telah mempengaruhi industri media, sehingga media dituntut untuk mampu mengadopsi perkembangan teknologi internet dan lahirlah *new media* yang disebut dengan media digital. Dari penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa perkembangan teknologi dianggap sebagai krisis dalam penelitian tersebut sehingga dilakukan konvergensi media sebagai upaya dari Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat dalam mempertahankan Eksistensinya ditengah perkembangan media digital⁹. Penelitian lainnya dilakukan oleh Poppy Dayana dengan judul

⁹ Majid, Abd. " Tren Pergeseran Media Konvensional Ke Era Digitalisasi (Studi Kasus Konvergensi Media Di Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat." Jurnal Universitas Muslim Indonesia. Vol: 12. No 1. Mei 2019.

"Konvergensi Media Massa: Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar" yang menghasilkan kesimpulan bahwa Sebelum masuknya konvergensi media pada harian berita kota makassar hanya berfokus pada pembaca media koran cetak saja, namun setelah masuknya konvergensi, harian berita kota makassar kini tidak hanya dibaca tapi juga bisa didengar, dan ditonton dalam satu informasi empat media dimana langkah konvergensi media tersebut menjadikan Harian Berita Kota Makassar mampu bersaing dengan media baru dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dan mempertahankan keberadaannya.¹⁰

Dari kedua penelitian tersebut terdapat suatu relevansi yang sama terkait dengan penelitian yang tengah peneliti lakukan, dimana kedua penelitian tersebut menjadikan media konvensional sebagai objek penelitian yang mengalami krisis karena adanya perkembangan teknologi yang memunculkan new media serta bagaimana keputusan yang diambil atas krisis tersebut melalui kegiatan manajemen krisis untuk mempertahankan eksistensi media konvensional di era digital yaitu dengan melakukan adaptasi atau yang kita ketahui sebagai konvergensi media.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana pengelolaan krisis dari LPPL Temanggung TV di bidang SDM untuk Mengupayakan eksistensinya sebagai media konvensional di tengah popularitasnya media digital dikalangan masyarakat berdasarkan isu-isu yang muncul dan berpotensi menimbulkan krisis bagi LPPL Temanggung TV tersebut, setelah melakukan riset melalui internet bahwa berbagai media televisi yang ada di Indonesia mengalami krisis yang serupa terkait dengan media baru di era digital yang kemudian menetapkan LPPL Temanggung TV sebagai objek penelitian karena setelah melakukan konvergensi media belum ada perubahan ataupun perkembangan yang signifikan sebagai imbas dari fenomena-fenomena yang terjadi. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dengan LPPL Temanggung TV sebagai sasaran dari penelitian.

¹⁰ Dayana, Poppy. " Konvergensi Media Massa: Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar". Skripsi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. 2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan Manajemen Krisis yang dilakukan oleh Temanggung TV Dalam Menjaga Eksistensi Media Konvensional di Era Digital saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya Temanggung TV dalam melakukan manajemen krisis di tengah persaingan ketat dengan media digital untuk mempertahankan eksistensinya adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan manajemen krisis yang dilakukan oleh LPPL Temanggung TV dalam upaya mempertahankan eksistensinya di era persaingan media digital.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti hanya akan membahas manajemen krisis Public Relation Temanggung TV dalam mengupayakan eksistensi LPPL Temanggung TV.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan melaksanakan penelitian yang berjudul “Manajemen Krisis Public Relations Temanggung TV Dalam Menjaga Eksistensi Media Konvensional di Era Digital” ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif dan bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait terutama bagi mahasiswa, instansi maupun perusahaan itu sendiri.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan melaksanakan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan atau studi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan Informasi yang semakin berkembang pesat di beberapa tahun terakhir terutama terkait dengan Manajemen Krisis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran kepada LPPL Temanggung TV khususnya dalam melaksanakan manajemen krisis dan media sejenisnya. Selain itu diharapkan penelitian ini juga bisa menjadi bahan evaluasi dan pengembangan penelitian yang akan dilakukan oleh para peneliti media kedepannya

1.6 Metode Penelitian

Metodologi penelitian secara etimologis terdiri dari 2 kata yaitu metodologi dan Penelitian. Metodologi dapat diartikan sebagai sesuatu yang memiliki hubungan dengan sifat, jenis dan bentuk umum terkait dengan tata cara yang terstruktur. Sedangkan penelitian dapat diartikan sebagai suatu cara yang dilakukan dengan prosedur tertentu untuk menyelesaikan suatu permasalahan sehingga menemukan hasil yang berupa penyelesaian. Dan secara umum metodologi penelitian dimaknai sebagai sesuatu hal yang tersusun secara sistematis atau terstruktur dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu permasalahan.¹¹

1.6.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah suatu kerangka pikir umum yang terkait dengan teori dan rangkaian peristiwa yang didalamnya ada seperangkat asumsi yang tersurat dan tersirat, isu yang menjadi permasalahan untuk diteliti serta serangkaian metode penelitian yang ditujukan untuk mendapat suatu jawaban tentang berbagai pertanyaan yang sedang diteliti.¹² Dari pengertian tersebut paradigma dapat dimaknai secara sederhana sebagai cara pandang seorang peneliti tentang suatu fenomena atau realita yang digunakan untuk menginterpretasikan suatu temuan.

Dalam penelitian dengan judul “Manajemen Krisis *Public Relations* Temanggung TV Dalam Menjaga Eksistensi Media Konvensional di Era Digital” ini, metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yang memandang bahwa realitas sosial bersifat

¹¹ Muh. Fitrah dan Luthfiyah, “Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus”, (Sukabumi: CV Jejak, 2017),28.

¹² Asfi Manzilati, 2017, Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metododan Aplikasi, Malang: UB Media, hlm. 1.

relative yang berasal dari sudut pandang subjek penelitian. Pada paradigma konstruktivisme Jenis paradigma ini berupaya untuk memahami konstruksi yang berasal dari sudut pandang orang-orang yang terkait didalamnya mengenai suatu fenomena yang sedang terjadi. Melalui penerapan paradigma konstruktivisme dapat diketahui factor-faktor yang mengkonstruksi realita sehingga dapat menghasilkan berbagai pemahaman yang bersifat rekonstruksi.¹³

Paradigma konstruktivisme peneliti terapkan dengan alasan bahwa paradigma ini dinilai tepat bagi peneliti karena ingin mengangkat realitas sosial yang dihasilkan berdasarkan pemahaman-pemahaman yang bersifat relative dari sudut pandang informan sebagai subjek penelitian. Melalui paradigma konstruktivisme, peneliti dapat mengetahui factor apa saja yang mengkonstruksikan suatu realita sehingga dapat membantu peneliti untuk membangun jawaban terhadap bagaimana factor-faktor tersebut dapat mengkonstruksikan realita terkait dengan manajemen krisis yang dilakukan oleh Temanggung TV dalam menjaga eksistensinya ditengah perkembangan digital.

1.6.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian Deskriptif Kualitatif dilakukan dengan menerapkan desain studi kasus dan dilengkapi dengan desain fenomenologi. Desain studi kasus merupakan sebuah rancangan penelitian dengan cara meneliti suatu permasalahan melalui kasus yang terdiri dari unit tunggal, dimana unit tunggal yang dimaksudkan bisa berarti satu orang, kelompok, maupun masyarakat yang terdampak suatu permasalahan tersebut¹⁴. Sedangkan desain fenomenologi merupakan jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci dalam penjelasan dan pemahaman individu tentang pengalaman-pengalamannya¹⁵.

¹³ Cosmas Gatot Haryono, 2020, Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Sukabumi: Cv Jejak, hlm. 19–20.

¹⁴ Salmaa. "Penelitian Studi Kasus: Pengertian, Jenis dan Contoh Lengkapnya". Duniadosen.com. (Diakses Pada 20 April 2023).

¹⁵ Setyowati, Y. "Analisis Peran Religiusitas Dalam Peningkatan Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Amil Zakat". STIE Indonesia, Jakarta: 2020. (Diakses Pada 20 April 2023).

Sehingga berdasarkan pengertian tersebut peneliti menggunakan desain studi kasus sebagai metode utama dan desain fenomenologi sebagai metode pendukung dalam melaksanakan penelitian ini karena peneliti menilai bahwa studi kasus belum cukup jika tidak didukung dengan persepsi secara individual berdasarkan permasalahan atau fenomena yang terjadi.

1.6.3 Objek Penelitian

Yang dimaksud objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran dari sebuah penelitian. Sehingga dalam penelitian ini Objek penelitiannya adalah Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Temanggung TV yang berlokasi di Jl. S. Kadar Maron 21, Kecamatan Kedungumpul, Kabupaten Temanggung, Provinsi Jawa Tengah. LPPL Temanggung TV merupakan stasiun televisi satelit publik lokal yang secara resmi beroperasi pada tahun 2017 yang dikelola dibawah kendali bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kabupaten Temanggung yang kemudian pada tahun 2021 diarahkan dan dikelola dibawah kendali Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Temanggung sebagai media penyiaran publik lokal di Kabupaten Temanggung.

1.6.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembuatan sebagai sasaran. Subjek dalam penelitian kualitatif biasa disebut sebagai informan, dimana istilah tersebut mengacu pada seseorang yang memberikan informasi baik itu berupa situasi maupun kondisi terkait dengan data yang diperlukan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menentukan subyek dimana dikutip dari Ketut Tangking Widarsa dkk dalam jurnal Metode Sampling Penelitian Kedokteran dan Kesehatan bahwa *Purposive Sampling* merupakan teknik yang digunakan dengan memilih sampel yang dianggap tepat untuk penelitian dan sesuai dengan kebutuhan

penelitian¹⁶. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah tim *Public Relations* dan pengelola dari LPPL Temanggung TV dengan kriteria sebagai berikut:

1. Masih aktif bekerja di LPPL Temanggung TV
2. Telah bekerja dibidang manajerial LPPL Temanggung TV minimal 1 tahun.
3. Memiliki pengalaman bekerja lapangan di bidang media selama aktif di LPPL Temanggung TV.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan, ada beberapa orang yang memenuhi kriteria tersebut untuk menjadi subyek dalam penelitian ini yaitu:

1. Hamidulloh Ibda, M. Pd, selaku Dewan Pengawas serta Pimpinan LPPL Temanggung TV periode 2023 – Sekarang.
2. Puput Desita Sari, selaku Kepala Divisi Marketing LPPL Temanggung TV

Selain mendapatkan data dan informasi melalui *key informant* atau informan kunci, peneliti juga menambahkan beberapa subjek dalam penelitian ini untuk memperkuat data dan informasi yang diperoleh sebelumnya sebagai pihak yang secara langsung mendapatkan dampak dari program yang dijalankan yaitu:

1. Gesit Riyansari selaku Presenter dan Staf produksi Temanggung TV yang telah bergabung selama kurang lebih 2 tahun.

1.7 Jenis Data

Jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari observasi atau pengamatan dan wawancara bersama pihak-pihak yang terkait serta diperkuat dengan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya adalah Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka. Dimana beberapa

¹⁶ Sitanggang, Debora. "Purposive Sampling adalah: Berikut Contoh, Tujuan, dan Rumusnya". Detik.com. (Diakses pada 5 Mei 2023)

teknik tersebut akan membantu peneliti dalam mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat dan relevan.

1.8.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti yaitu dengan melakukan pengamatan dan menuliskan secara sistematis terkait dengan rangkaian fenomena yang terjadi sebagai fokus penelitian di lapangan¹⁷. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung ke tempat yang menjadi objek penelitian yaitu LPPL Temanggung TV seperti situasi dan kondisi yang terjadi serta fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

1.8.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti yaitu dengan mengajukan berbagai pertanyaan kepada narasumber atau informan yang terkait dengan fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian ini¹⁸. Wawancara ini peneliti lakukan dengan mengajukan berbagai pertanyaan kepada informan untuk dapat memberikan jawaban yang tidak lepas dari keterkaitan dengan topik dan tema yang diajukan oleh peneliti. Informan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah tiga anggota manajemen puncak dan dua staff produksi dari LPPL Temanggung TV.

Proses wawancara tersebut dilakukan dengan melakukan janji temu terlebih dahulu dengan informan untuk mengkonfirmasi waktu dan tempat bertemu, setelah itu peneliti bisa mengajukan beberapa pertanyaan yang telah disusun. Namun apabila data dan informasi yang didapatkan belum menemukan informasi yang diperlukan maka wawancara bisa terus dilanjutkan di waktu itu maupun melakukan janji temu di lain hari sesuai dengan kesepakatan bersama informan.

1.8.3 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memndapatkan data melalui media massa, buku, karya ilmiah dan

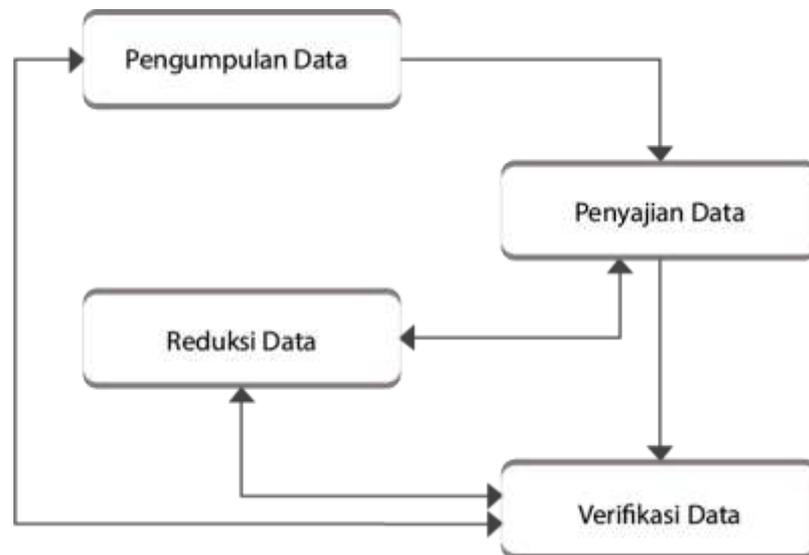
¹⁷ Zuchri Abdussamad, 2021, "*Metode Penelitian Kualitatif*", Makassar: CV. Syakir Media Press, hal. 147.

¹⁸ Ibid. hal. 146.

pencarian di laman internet. Dengan menerapkan teknik studi pustaka ini dapat dimanfaatkan untuk menambah dan mendukung data dan informasi yang diperlukan dalam memperkaya hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan studi pustaka dengan memanfaatkan informasi hasil wawancara, riset melalui e-book dan karya ilmiah terdahulu yang tentu harus relevan dengan topik penelitian yang dilakukan.

1.9 Teknik Analisis Data

Dalam Penelitian ini, untuk melakukan analisis data peneliti menerapkan analisis data kualitatif model interaktif oleh Miles & Huberman. Berdasarkan definisi yang disampaikan oleh Miles & Huberman bahwa teknik analisis data pada penelitian kualitatif adalah rangkaian kegiatan dalam melakukan pengelompokan atau penyusunan data secara interaktif dan sistematis yang telah diperoleh melalui pengambilan data terkait permasalahan yang dikaji. Berikut gambaran dari Teknik analisis data model interaktif oleh Miles & Huberman:



Gambar 1. 1 Bagan Teknik Analisa Data

1.9.1 Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data dari objek penelitian ada beberapa teknik yang bisa diterapkan yaitu observasi, transkrip hasil wawancara serta dokumentasi maupun pengambilan rekaman.

1.9.2 Reduksi Data

Reduksi data adalah teknik analisis data yang dilakukan dengan penyederhanaan, pengelompokkan, pengarahan, serta di fokuskan pada data-data yang dinilai penting, dimana data yang telah dikumpulkan perlu di susun secara sistematis dan terperinci.

1.9.3 Penyajian Data

Untuk melakukan penyajian data maka dapat dilakukan dengan menerapkan uraian naratif yang berbentuk catatan-catatan yang diperoleh dari objek penelitian berupa bagan, hubungan antara kategori, serta diagram secara valid. Melalui penyajian data peneliti dapat meyusun data dan informasi hasil penelitian secara terorganisir sehingga mudah untuk dipahami.

1.9.4 Verifikasi Data

Verifikasi Data atau penarikan kesimpulan merupakan hasil dari temuan penelitian terhadap objek bisa lebih jelas, dimana proses penarikan kesimpulan ini dilakukan untuk melakukan analisis dan mencari titik terang dari data yang telah dikumpulkan. Sehingga dari penarikan kesimpulan tersebut dapat dilakukan verifikasi dan uji validitasnya.

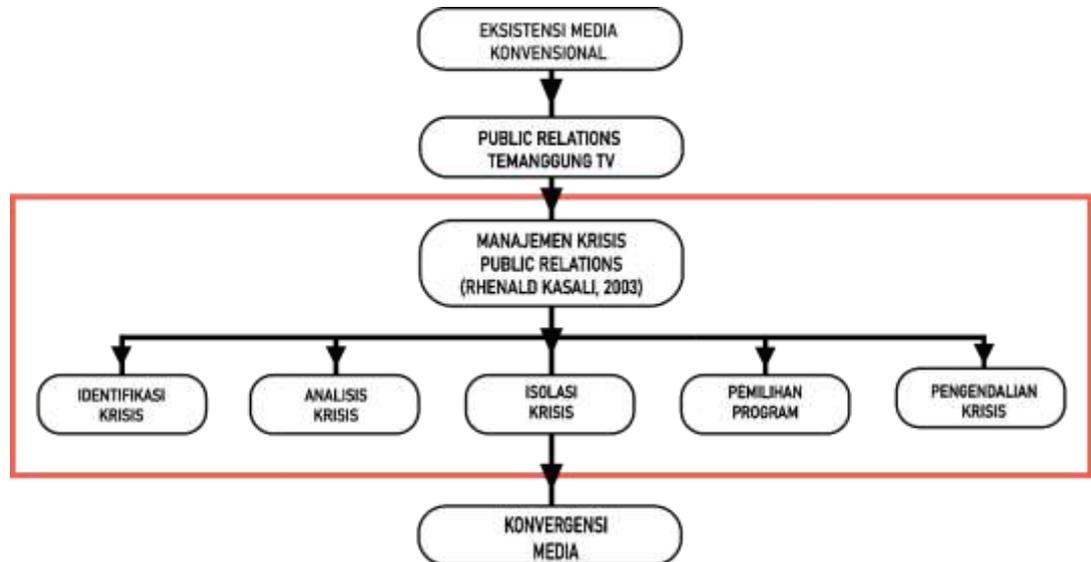
1.10 Kerangka, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.10.1 Kerangka Konsep

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelolaan atau manajemen krisis yang dilakukan oleh tim LPPL Temanggung TV dalam menghadapi krisis baik itu krisis internal maupun eksternal seperti masalah perizinan hingga upaya mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan dengan media digital yang muncul akibat dari adanya perkembangan teknologi serta peluang dan tantangan yang dihadapi LPPL Temanggung TV selama proses pengelolaan atau manajemen krisis tersebut berlangsung.

Kerangka konsep yang digunakan merupakan teori penanganan krisis yang disampaikan oleh Rhenald Kasali yang diketahui sebagai pengembangan dari teori tahapan krisis dari Steven Fink yang terbagi menjadi empat tahap yaitu tahap prodromal, tahap akut, tahap kronis dan tahap resolusi.

Sehingga dalam penyusunan penelitian ini, peneliti merumuskan permasalahan berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Bagan Teori Rhenald Kasali

1.10.2 Definisi Konsep

Dalam setiap instansi atau perusahaan pasti pernah mengalami suatu krisis dalam skala yang berbeda-beda baik itu perusahaan besar maupun kecil sekalipun, sehingga diperlukan Divisi Public Relations atau tim manajemen krisis yang melakukan kegiatan dalam pengelolaan krisis supaya akibat atau dampak dari krisis tersebut dapat diminimalisir bahkan bisa dicegah sepenuhnya dan krisis itu tidak akan terulang di kemudian hari.

Krisis dalam suatu perusahaan tentu akan berbeda sesuai dengan bagaimana kondisi dan situasi yang terjadi disekitarnya, sehingga hal tersebut juga menjadikan Temanggung TV mulai mengalami penurunan jumlah penonton programnya. Dalam bukunya, Rhenald Kasali mengemukakan bahwa terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mengelola krisis supaya krisis tersebut dapat teratasi dengan baik serta tidak menghambat perkembangan bagi perusahaan itu sendiri yaitu: Identifikasi Krisis, Analisis Krisis, Isolasi Krisis, Pilih Strategi, dan Program

Pengendalian¹⁹. Dengan menerapkan teori yang dikemukakan oleh Rhenald Kasali tersebut diharapkan bahwa krisis bisa dikelola dengan baik dan efektif bagi perusahaan itu sendiri.

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah Identifikasi Krisis. Pada langkah ini praktisi PR atau seseorang yang menjalankan fungsi manajemen krisis harus melakukan riset dan penelitian secara informal dan kilat apabila krisis yang terjadi begitu cepat berkembang untuk dapat di diagnosa permasalahannya, sehingga diagnosa tersebut menjadi awal yang penting untuk mendapatkan data dan informasi yang tentu akan digunakan pada tahapan selanjutnya.

Langkah kedua yang perlu dilakukan adalah Analisa Krisis. Setelah data dan informasi dikumpulkan selanjutnya data dan informasi tersebut diuraikan setiap bagian-bagiannya, dimana analisa parsial atau analisis menyeluruh dilakukan. Langkah analisis krisis ini dilakukan sebagai dasar dalam mengambil keputusan dalam bertindak secara tepat dan baik.

Langkah ketiga yang perlu dilakukan adalah Isolasi Krisis. Tindakan ini diperlukan untuk mencegah krisis berkembang menjadi lebih besar dan meluas. Langkah selanjutnya atau langkah keempat yang perlu dilakukan adalah Pilih strategi, tindakan ini dilakukan sebagai langkah efisien dalam pengelolaan krisis yang disesuaikan dengan permasalahan yang terjadi.

Dan langkah terakhir atau kelima yang perlu dilakukan adalah Program Pengendalian. Setelah menentukan strategi yang akan digunakan selanjutnya tahap program pengendalian merupakan implementasi dari pemilihan strategi yang pada umumnya sudah dipersiapkan dalam bentuk petunjuk saat mengatasi krisis.

¹⁹ Iriantara, Yosol. 2004. Manajemen Strategis Public Relations. Jakarta: Ghalia. (Diakses pada 6 mei 2023).

1.10.3 Definisi Operasional

Definisi operasional dijadikan sebagai pedoman dalam menentukan, mengukur dan menilai suatu indicator yang digunakan oleh peneliti. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini merupakan indicator media relations yang terdiri dari:

a. **Identifikasi Krisis**

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan analisa terkait dengan identifikasi krisis yang dilakukan oleh Temanggung TV. Identifikasi krisis yang dimaksud dapat berupa hasil atau temuan data yang dilakukan dalam mendukung pelaksanaan manajemen krisis.

b. **Analisis Krisis**

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan analisa lebih lanjut terkait bagaimana temuan data dan observasi yang diperoleh Temanggung TV melalui proses identifikasi krisis untuk mengetahui lebih mendalam dari krisis yang terjadi.

c. **Isolasi Krisis**

Dalam proses penanganan krisis diperlukan langkah penanganan yang fokus pada krisis yang dihadapi, sehingga melalui hasil dari analisis krisis yang dilakukan perlu adanya pemisahan isu atau fenomena yang tidak berkaitan dengan krisis tersebut.

d. **Pemilihan Strategi**

Tindakan atau keputusan yang dilakukan untuk menjadi langkah penentuan bagaimana krisis akan ditangani.

e. **Program Pengendalian**

Adalah bagaimana cara Temanggung TV dalam mengendalikan situasi krisis yang terjadi.