**Studi Kualitatif Manajemen Komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi dalam Meningkatkan Televisi Internet**

**Kezia Atika Putri**

 **18071150**

keziaatikaputri13@gmail.com

ABSTRAK

Hadirnya televisi yang berbasis internet menjadi pilihan berbagai kalangan masyarakat pada saat ini karena dinilai mempunyai efektivitas yang tinggi. Para penonton televisi yang berbasis internet lebih cenderung pada audien yang memiliki kesibukan tinggi pada kesehariannya hal ini ditunjukan dengan beberapa golongan anak muda yang tidak sempat menonton televisi karena kesibukan dan kehidupan sosialnya. Televisi yang berbasis internet menawarkan beberapa konten-konten yang terkonsep, tidak statis dan dapat diakses kapan saja selagi terkoneksi dengan internet. Seperti salah satu media penyiaran yang akan di teliti dalam penelitian ini yaitu pada Jogja Istimewa Televisi. Jogja Istimewa Televisi merupakan salah satu stasiun televisi streaming lokal yang memanfaatkan media online berbasis website sebagai sarana media informasi dan sarana penyebaran informasi pemerintah. Jogja Istimewa Televisi atau yang lebih di kenal JI Tv. Media tersebut menjadikan media online berbasis televisi streaming sebagai sarana menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan segala informasi di lingkungan pemda DIY, Pariwisata, Kebudayaan, Kesenian dan yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat khususnya masyarakat DIY. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori manajemen komunikasi dengan indikator seperti *planning* (perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (menggerakkan). *Controlling* (Pengawasan). Metode pengumpulan data dilaukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Sementara proses analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, penyajian data dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian pada penelitian ini dengan melalui tahap POAC dapat disimpulkan bahwa Jogja Istimewa Televisi sudah menerapkan fungsi *POAC* dan menjalankan fungsi tersebut manajemen komunikasi didalam manajerial instansi, produksi konten dan juga pendistribusian konten yang ada, Jogja Istimewa Televisi sudah melakukan, menjalankan dan menerapkan POAC dilingkungan kerja dengan menerapkan *POAC* dalam setiap kegiatan yang ada memudahkan Jogja Istimewa Televisi untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh instansi.

***Kata kunci: Manajemen Komunikasi, JITV, Televisi Internet***

*ABSTRACT*

*The presence of internet-based television has become the choice of various groups of people at this time because it is considered to have high effectiveness. Internet-based television viewers are more likely to be audiences who are highly busy in their daily lives, this is indicated by several groups of young people who do not have time to watch television due to their busy lives and social life. Internet-based television offers some conceptual content, not static and can be accessed at any time while connected to the internet.One of the broadcasting media that will be examined in this research is Jogja Special Television. Jogja Istimewa Televisi is a local streaming television station that utilizes website-based online media as a means of information media and a means of disseminating government information. Jogja Istimewa Television or better known as JI Tv. The media makes streaming television-based online media a means of disseminating information related to all information within the DIY local government, Tourism, Culture, Arts and others to meet the information needs of the community, especially the DIY community.This study uses a qualitative descriptive research method using communication management theory with indicators such as planning, organizing, actuating. Controlling (Supervision). The data collection method was carried out using interviews, observation, and documents. While the process of data analysis is done by data reduction method, data presentation and ends with drawing conclusions.The results of this research by going through the POAC stage can be concluded that Jogja Istimewa Televisi has implemented the POAC function and carried out the function of communication management within managerial agencies, content production and distribution of existing content, Jogja Istimewa Televisi has carried out, implemented and implemented POAC in the work environment by implementing POAC in every existing activity makes it easier for Jogja Istimewa Televisi to achieve the goals desired by the agency.*

***Keywords: Communication Management, JITV, Internet Television***

**PENDAHULUAN**

Komunikasi massa merupakan sebuah proses komunikasi yang menggunakan media dengan tujuan utama memberikan atau menyebarkan informasi kepada khalayak dalam jumlah besar melalui media modern yang ada seperti surat kabar, radio dan televisi. Dengan beberapa jenis media pada komunikasi massa televisi menjadi sebuah media yang kian berkembang mengikuti teknologi masa kini. Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang merupakan gabungan antara audio dan visual sehingga menghasilkan sebuah gambar dan suara, isi pesan yang disajikan televisi berupa audiovisual gerak yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi mental, tindakan dan pola pikir setiap masing-masing individu. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Perusahaan riset Nielsen jumlah penonton televisi baik analog maupun digital pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 70 persen, dengan kisaran angka yang semula 58,9 juta menjadi 96 juta penonton hingga bulan Juli 2022. Hal tersebut menujukan minat masyarakat pada tayangan televisi masih tergolong tinggi.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju membuat segala sesuatu mudah didapatkan, salah satunya kehadiran internet yang masuk di kehidupan manusia tentunya membawa banyak perubahan, Internet merupakan sebuah jaringan yang saling terhubung di seluruh penjuru dunia, hal ini membuat internet semakin dikenal di berbagai lapisan masyarakat dan saat ini internet menjadi salah satu sarana komunikasi yang di gunakan untuk mencari berbagai informasi yang ada diseluruh penjuru dunia tak terkecuali di Indonesia. Menurut data yang disampaikan oleh Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Muhammad Arif, saat ini kurang lebih 77 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pertumbuhan ini dipengaruhi juga oleh datangnya masa pandemi ke Indonesia yang mengubah pola hidup masyarakat menjadi serba daring. Penambahan terjadi kurang lebih mencapai pada angka 35 juta pengguna yaitu dari angka sebelum pandemi yang berkisar 175 pengguna meningkat menjadi 210 juta pengguna.

Maka dari perkembangan teknologi itulah muncul sebutan untuk media yang berbasis daring atau *online*. Media *online* juga termasuk dalam jurnalistik *online* atau yang lebih di kenal dengan *cyber journalism*. Jurnalistik *online* merupakan sebuah informasi fakta yang ada dilapangan atau bisa dikatakan bahwa informasi yang di distribusikan melalui internet, seperti *website*, radio online, televisi *streaming* atau televisi *online* dan yang lain sebagainya, Saat ini *website* banyak dimanfaatkan oleh stasiun televisi sebagai media online untuk membantu mempublikasikan karaya-karya, program siaran dan juga sebagai wadah informasi. Dengan hadirnya teknologi internet, membuat beberapa media komunikasi massa mencoba beradaptasi dengan beragam teknologi baru tak terkecuali pada media penyiaran televisi. Media penyiaran televisi juga mengalami berbagai perubahan mulai dari penggunaan sinyal analog hingga penggunaan yang kian marak pada saat ini yaitu televisi digital. Namun dari kedua jenis televisi tersebut, muncul teknologi yang kian canggih sehingga pada penonton ataupun audien dapat memilih program-program yang sesuai dengan pilihan masing-masing. Hadirnya televisi yang berbasis internet menjadi pilihan berbagai kalangan masyarakat pada saat ini karena dinilai mempunyai efektivitas yang tinggi. Para penonton televisi yang berbasis internet lebih cenderung pada audien yang memiliki kesibukan tinggi pada kesehariannya hal ini ditunjukan dengan beberapa golongan anak muda yang tidak sempat menonton televisi karena kesibukan dan kehidupan sosialnya.

Televisi yang berbasis internet menawarkan beberapa konten-konten yang terkonsep, tidak statis dan dapat diakses kapan saja selagi terkoneksi dengan internet. Bahkan dengan hadirnya teknologi televisi internet, banyak perusahan penyiaran media televisi yang berbondong-bondong menginvestasikan tayangan atau produksi-produksi taangan televisinya dalam berbentuk aplikasi maupun *website* daring. Seperti dengan hadirnya website Vidio.com, RCTI+, Netverse, UseeTV Go dan media televisi internet yang berbasis daring lainnya.

Hal tersebut bukan hanya berlaku atau dilakukan oleh stasiun atau media penyiaran televisi swasta saja, media penyiaran yang berbasis kedaerahan atau milik pemerintah juga banyak merambah atau berlaih ke teknologi televisi berbasis internet atau yang biasa kita sebut dengan teknologi *streaming*. Seperti salah satu media penyiaran yang akan di teliti dalam penelitian ini yaitu pada Jogja Istimewa Televisi. Jogja Istimewa Televisi merupakan salah satu stasiun televisi streaming lokal yang memanfaatkan media online berbasis website sebagai sarana media informasi dan sarana penyebaran informasi pemerintah. Jogja Istimewa Televisi atau yang lebih di kenal JI Tv. Media tersebut menjadikan media online berbasis televisi streaming sebagai sarana menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan segala informasi di lingkungan pemda DIY, Pariwisata, Kebudayaan, Kesenian dan yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat khususnya masyarakat DIY. Berita atau informasi yang di sajikan biasanya dipublikasikan atau di siarkan melalui website resmi milik pemerintah ataupun melalui media lainnya. Televisi streaming yang dapat diakses melalui [http://jitv.jogjaprov.go.id/](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqa0F6Znc3dzM1SlFJNVpKVkJRNHJWeXlqMUVTd3xBQ3Jtc0tuc0RCNk9HdGFNNzRySU1Lcy1lMlVFYWZ5WUNqNWR5bUdjcWxtTDFyU1VPcm1tcHdqNkVreW5SclloeGxiYXFUOTNGR2d3NDhnS0ZoSlcwUFZMQXRWN3IzS3YtZl9CYVNsVUtIUHJfV3YwWm5lTW1DZw&q=http%3A%2F%2Fjitv.jogjaprov.go.id%2F) yang merupakan website resmi milik pemerintah dan juga dapat di akses melalui youtube JI Tv.

**Permasalahan dan Tujuan Kajian**

Jogja Istimewa Televisi merupakan satu-satunya televisi lokal milik pemda daerah yang menggunakan fitur live streaming dan juga televisi streaming dalam mempublikasikan atau menyiarkan berita terkait seluruh kegiatan seputar pemda DIY melalui *website* dan *youtube* resmi milik pemerintah namun JI Tv masih dibilang baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas, sehingga JI Tv harus mampu bersaing dengan stasiun televisi yang lebih besar. Oleh karena itu di perlukan manajemen komunikasi yang baik pada sebuah instansi agar mampu bertahan dan mampu mencapai tujuan dari instansi tersebut. Manajemen komunikasi sangat di perlukan di dalam sebuah instansi. Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana manajemen Komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi dalam meningkatkan televisi internet serta untuk mengetahui apakah fungsi manajemen komunikasi berjalan dengan baik.

**Landasan Teori**

Pada sebuah penelitian dibutuhkan sebuah teori yang digunakan dalam proses analisis guna mencapai hasil temuan yang baik dan sesuai dengan yang dirumuskan pada rumusan masalah. Pada penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teori yang memiliki keterkaitan pada topik pembahasan penelitian ini. Teori-teori tersebut diantaranya:

1. **Komunikasi**

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu “*Communication*” yang artinya “*Pemberitahuan*” istilah “*communication*” bersumber dari kata ‘*communis*’ atau ‘*common*’ dalam bahasa inggris yang berarti sama. Dalam berkomunikasi berarti kita berusaha untuk sama-sama mencapai kesamaan makna *“commonness”* dapat di artikan bahwa komunikasi merupakan proses berbagi informasi, gagasan atau sikap kita dengan penerima pesan, dengan kata lain komunikasi merupakan proses interaksi pertukaran pesan dari komunikator ke komunikan. Ukuran bahwa komunikasi bisa dikatakan efektif apabila memiliki enam kriteria di dalamnya yaitu:

1. Penerima Komunikasi *(Reciver)*

Penerima dalam komunikasi merupakan seseorang yang berperan sebagai target atau sasaran dari penyampaian pesan yang disampaikan dari sumber komunikasi, hal ini menjadi tolak ukur dari efektivitas dari komunikasi apakah pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima komunikasi.

1. Isi Pesan *(Content)*

Isi pesan merupakan hal yang penting dalam proses komunikasi, hal ini berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikator. Isi pesan menjadi salah satu hal yang mempengaruhi efektivitas dalam berkomunikasi apakah isi pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh komunikan.

1. Ketepatan Waktu *(Timing)*

Ketepatan waktu merupakan bagaimana perkiraan waktu pesan tersebut tersampaikan kepada komunikan, apakah pesan tersebut tersampaikan secara crpat atau justru pesan tersebut perlu melewati beberapa tahapan yang akhirnya memperlampat penyampaian pesan kepada komunikan. Semakin cepat pesan tersampaikan maka semakin cepat pula isi pesan tersebut tersampaikan kepada komunikan.

1. Saluran *(Media)*

Saluran atau media menyatakan bagaimana pesan tersebut tersampaikan melalui media atau saluran tertentu. Saluran pesan dapat berbentuk apa saja bisa seperti komunikasi langsung atau komunikasi melalui media massa, media sosial dan yang lainnya.

1. Format Kemasan *(Format)*

Format kemasan juga menjadi hal yang terpenting apakah komunikasi berjalan dengan efektif atau tidak, format kemasan merupakan bagaimana pesan yang ingin disampaikan dikemas dengan sedemikian rupa agar pesan mudah tersampaikan dan dipahami oleh penerima pesan. Format kemasan juga dapat mempengaruhi apakah seseorang tertarik untuk mengetahui isi pesan dari komunikasi tersebut.

1. Sumber *(Source)*

Sumber merupakan hal dasar dalam proses komunikasi, sumber menjadi landasan untuk menjadi ukuran dari efektivitas komuniakasi dan sumber mengawali adanya sebuah proses komunikasi.

1. **Manajemen Komunikasi**

Manajemen komunikasi merupakan sebuah studi yang menggabungkan pengertian manajemen dan komunikasi yang dimana terdapat proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam menjalankan tugasnya. Manajemen komunikasi komunikasi merupakan tanggung jawab tertinggi dari pengambilan keputusan yang diambil oleh seorang manajer dalam sebuah instansi. Menurut Maman Ukas fungsi komunikasi memiliki 4 fungsi yaitu fungsi informasi, fungsi perintah, fungsi mempengaruhi dan fungsi intergratif:

* 1. Fungsi Informasi

Manajemen komunikasi sebagai sarana pertukaran informasi yang objektif dan sesuai dengan apa yang ingin disampaikan dari seorang pemimpin kepada anggotanya. Fungsi Informasi memegang peran utama dalam kegiatan manajemen komunikasi, karena tata kelola komunikasi yang baik maka di perlukan penyampaian informasi yang baik dengan efektif, terstruktur dan dapat di kontrol dengan baik.

* 1. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif menjadikan seorang manajer atau seorang pemimpin organisasi memiliki kewenangan untuk mengawasi perpindahan perintah informasi pengiriman sebuah pesan kepada para organisasi, hal ini merupakan upaya menejemen komunikasi memberikan sebuah kewenangan khusus bagi para pemimpin organisasi dalam hal struktural dan manajerialnya.

* 1. Fungsi Persuasif

Merupakan fungsi yang mengutamakan prinsip menyakinkan dan mendorong para anggota organisasi melalui motivasi dan bimbingan serta arahan yang diberikan oleh pemimpin sebuah organisasi. Melului fungsi ini pimpinan dapat memberi pengaruh bagi seluruh anggota untuk membentuk alur komunikasi yang baik hal ini dilakukan karena nantinya dapat memudahkan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

* 1. Fungsi Intergratif

Merupakan fungsi yang dimana berupaya untuk mengoptimalisasikan oraganisasi melalui system yang terintergrasi. Dengan manajemen komunikasi

Menurut Terry di dalam manajemen komunikasi terdapat pola strategi atau fungsi dasar manajemen yang harus dilakukan untuk mencapai manajemen komunikasi yang efektif:

* + - 1. Perencanaan *(Planning)*

Yaitu proses pengambilan sebuah keputusan untuk waktu mendatang atau waktu yang akan datang. Proses perencanaan harus dilakukan agar tujuan dari organisasi dapat berjalan secara sistematis dan juga tersusun atau terstuktur, dan juga dengan adanya tahap perencanaan dapat mengurangi resiko kesalahan atau mengurangi ketidakpastian di waktu yang akan datang.

* + - 1. Pengorganisasian *(Organizing)*

Yaitu sebuah fungsi yang dibuat berupa peraturan yang harus ditaati dan diterapkan di dalam menjalankan sebuah pekerjaan hal ini dibuat agar terciptanya efesiensi dalam bekerja dan untuk mencapai tujuan yang telah dibuat oleh sebuah organisasi atau instansi.

* + - 1. Pengarahan *(Actuating)*

Yaitu fungsi pengelolaan dan pengkoordinasian yang dilakukan oleh sebuah intansi atau organisasi, disini seorang manajer berperan penting untuk mengkordinasikan dan berkoordinasi dengan setiap para anggota karyawan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan dengan bekerja semangat yang tinggi, Hal ini dilakukan untuk mendukung tercapainya dari tujuan yang telah direncanakan bersama.

1. Pengawasan *(Controlling)*

 Yaitu sebuah kegiatan mengukur dan mengoreksi atau mengecek setiap pekerjaan yang telah dilakukan, pengawasan dilakukan untuk mengukur apakah terjadi kesalahan dan ada kekeliruan atau penyimpangan dalam menjalankan setiap kegiatan yang telah di tetapkan. Adapun Tujuan dari pengawasan adalah memastikan bahwa hasil kegiatan atau pekerjaan yang akan dilakukan maupun yang telah dilakukan dapat sesuai dengan apa yang telah di rencanakan sebelumnya.

**Metode Kajian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha menggambarkan secara naratif dengan menggunakan kata-kata dan tulisan secara terstruktur dengan pendukung penelitian dapat berupa foto, video, dan dokumen. Dalam penelitian ini menggunakan deskriftif kualitatif yang dimana akan dipakai untuk memecahkan masalah dan mendsekripsikan manajemen komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi, dan pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan studi ilmu komunikasi yang memfokuskan pada manajemen komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Jogja Istimewa Televisi dan Karyawan Jogja Istimewa Televisi, Agung Widhiono sebagai Kepala Jogja Istimewa Televisi, Jimmi Mahardika sebagai Eksekutif Produser Jogja Istimewa Televisi, dan Anggit Nugroho, Rony Ramadhan serta Ghalif Putra Sadewa sebagai Karyawan Jogja Istimewa Televisi. Sedangkan Obyek dari penelitian ini adalah Jogja Istimewa Televisi yang merupakan stasiun televisi lokal pemda DIY yang dikelola oleh Dinas Komunasi dan Informatika (Diskominfo) daerah istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori manajemen komunikasi dengan indikator seperti *planning* (perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (menggerakkan). *Controlling* (Pengawasan). Metode pengumpulan data dilaukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Sementara proses analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, penyajian data dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

**Hasil Kajian**

Hasil penelitian pada bebrapa tahap dibawah ini dihasilkan data:

Pada tahap *Planning* atauperencanaan secara manajerial intansi dan secara pendistribusian konten, untuk meningkatkan Jogja Istimewa Televisi, dan membuat Jogja Istimewa Televisi lebih maju lagi dengan menjadikan Jogja Istimewa televisi menjadi televisi berbasis televisi digital dan juga televisi kabel, hal ini tentunya akan membuat jangkauan Jogja Istimewa Televisi lebih luas hal dan Jogja Istimewa Televisi akan semakin dikenal oleh masyarakat yang ada diberbagai penjuru, dan tahap *Planning* atau perencanaanpada proses produksi konten Jogja Istimewa Televisi ingin program-program yang ada dan konten-konten dihasilkan lebih berkualitas dan kreatif, mengingat Jogja Istimewa Televisi merupakan media yang bergerak untuk memberikan informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan Yogyakarta kepada masyarakat seperti seni, budaya, serta pendidikan, Bila konten yang dihasilkan itu berkualitas dan menarik tentunya akan membuat khalayak ingin menonton program dan juga konten yang dihasilkan sehingga Jogja Istimewa Televisi dapat memberikan informasi dan memperkenalkan Yogyakarta kepada seluruh dunia bahwa Yogyakarta memiliki kebudayaan yang menarik dan unik, dan Jogja Istimewa Televisi juga merupakan sumber informasi untuk memberitakan dan menyiarkan berita yang berkaitan dengan lingkungan pemda DIY, maka dari itu segala sesuatu yang akan dilakukan oleh Jogja Istimewa Televisi membutuhkan proses perencanaan yang matang sangat matang agar semua rencana yang telah dibuat oleh Jogja Istimewa Televisi dapat berjalan dengan baik dan efektif dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Pada tahap *Organizing* atau pengorganisasiansecara manejerial instansi Jogja Istimewa Televisi menjalankan dengan mengorganisaikan setiap karyawan untuk bekerja sesuai dengan bidang dan keahlian masing-masing, dan tahap *Organizing* atau pengorganisasian secara produksi konten serta pendistribusian konten Jogja Istimewa Televisi telah menjalankan dan melaksanakan tanggung jawab yang diberikan oleh atasan, *Organizing* yang dilakukan oleh Jogja Istimewa Televisi dengan melakukan koordinasi dan mengorganisir setiap karyawan yang kemudian terbentuk tim yang bekerja sesuai dengan bidangnya, *Organizing* dilakukan oleh Kepala Jogja Istiewa Televisi yang langsung terjun dilapangan untuk mengorganisir setiap sumber daya yang ada. Proses *Organizing* sangat diperlukan karena tentunya akan memudahkan proses pengorganisasian dan proses pembagian pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan yang ada.

Pada tahap *Actuating* atau pengarahansecara manejerial instansi, produksi konten dan juga pendistribusian konten yang dilakukanJogja Istimewa Televisi adalah Kepala Jogja Istimewa Televisi selalu berkoordinasi dengan mengarahkan, mengingatkan dan memotivasi karyawan yang ada untuk meningkatkan kinerjanya sehingga dapat bekerja secara efektif dan efesien. Arahan dari Kepala Jogja Istimewa Televisi dilakukan secara langsung sehingga setiap karyawan dapat bekerja secara produktif untuk menghasilkan konten-konten yang kreatif dan unik tentang segala hal yang berkaitan tentang Yogyakarta sehingga informasi yang dihasilkan dan informasi yang diberikan dapat membuat masyarakat lebih mengenal Yogyakarta dan memperkenalkan Yogyakarta kepada khalayak luas dari segi adat istiadat dan kebudayaan yang ada dan juga membuat masyarakat menjadi mengerti dan memahami dari konten dan program-program yang ada di Jogja Istimewa Televisi.

Pada tahap *Controlling* atau pengawasansecara manajerial instansi, produksi konten dan produksi kontenyang dilakukan Jogja Istimewa Televisi adalah Kepala Jogja Istimewa Televisi selalu mengawasi dan mengontrol kinerja para karyawan dengan mengontrol setiap konten yang dihasilkan oleh setiap karyawan dan juga mengontrol program acara yang sedang berjalan serta program acara yang akan berjalan di Jogja Istimewa Televisi. Proses *controlling* atau pengawasan dilakukan oleh Kepala Jogja Istimewa Televesi secara langsung dengan mengawasi setiap karyawan yang ada hal ini dilakukan agar setiap karyawan Jogja Istimewa Televisi dapat bekerja dengan efektif dan produktif sehingga dapat mengurangi masalah yang tidak terduga dan dapat membuat Jogja Istimewa Televisi mencapai rencana dan tujuan yang diinginkan

**Kesimpulan**

Penelitian ini dengan melalui tahap POAC dapat disimpulkan bahwa Jogja Istimewa Televisi sudah menerapkan fungsi *POAC* dan menjalankan fungsi tersebut manajemen komunikasi didalam manajerial instansi, produksi konten dan juga pendistribusian konten yang ada, Jogja Istimewa Televisi sudah melakukan, menjalankan dan menerapkan POAC dilingkungan kerja dengan menerapkan *POAC* dalam setiap kegiatan yang ada memudahkan Jogja Istimewa Televisi untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh instansi. Jogja Istimewa Televisi sudah menerapkan dan menjalankan komunikasi yang baik dengan karyawan yang ada, tentunya dengan komunikasi yang baik menciptakan suasana yang harmonis dilingkungan kerja serta seluruh karyawan dapat bekerja secara efekfif dan produktif dan juga Jogja istimewa televisi bisa terus maju dan berkembang untuk mengangkat seni budaya dan wisata yang ada Yogyakarta melalu media yang ada.

**Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Jogja Istimewa Televisi

Penulis menyarankan untuk Jogja Istimewa Televisi agar selalu menerapkan fungsi manajemen komunikasi POAC didalam aspek kegiatan yang akan dilakukan, hal ini tentunya untuk mempermudah Jogja Istimewa Televisi berjalan lebih efektif dan efisien. Terus menjadi Televisi lokal yang mengedepankan nilai-nilai kebudayaan dan keistimewaan yang dimiliki DIY dan menjadi evaluasi baik bagi Jogja istimewa televisi maupun semua karyawan yang ada.

1. Bagi Kepala Jogja Istimewa Televisi

Penulis menyarankan agar kepala Jogja istimewa televisi lebih berperan aktif dan lebih komunikatif kepada setiap karyawan yang ada, karena komuniksi dan hubungan yang baik dengan karyawan akan membantu dalam menyelesaikan tugas-tugas yang ada.

3. Bagi Karyawan Jogja Istimewa Televisi

Penulis menyarankan agar konten-konten yang dihasilkan tidak monoton itu-itu saja tetapi konten yang menarik tentunya akan menarik penonton yang ada.

4. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini membuktikan bahwa manajemen komunikasi yang baik harus ada 4 unsur dasar didalamnya, dan manajemen komunikasi sangat dibutuhkan didalam sebuah instansi atau organisasi untuk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan fungsi manajemen yang ada.

**Daftar Pustaka**

Handoko, T. Hani. (2007). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Bungin, Burhan. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Julitawati, Willy. (2001). *Manajamen Komunikasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Uchjana, Onong & Effendy. (2007). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Yohannes Dahki. (2016). *Implementasi POAC Terhadap Kegiatan Organisasi Dalam Mencapai Tujuan Tertentu*. Nias: STIE Nias Selatan, Jurnal Warta Edisi 50.

Akbar, Nur Fitryah. (2018). *Manajemen Komunikasi Dalam Penyuluhan Program Peningkatan Hasil Produksi Padi Sawah Oleh Dinas Pertanian Di Kecamatan Muara Wis Kabupaten Kutai Kartanegara*. Kalimantan: Universitas Mulawarman. Jurnal Komunikasi.

Dedi Sahputra. (2020). *Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi*. Medan: Universitas Medan, Jurnal Simbolika.