

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri televisi, khususnya di Indonesia, berlangsung sangat pesat. Terutama di tingkat lokal, yang menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansi serta keberlanjutan program-program yang dimiliki, khususnya di tengah era digital dan timbulnya konvergensi media. Media Pertelevisian di Indonesia sendiri dimulai sejak tahun 1962 yang bertepatan dengan berlangsungnya pembukaan pesta olahraga se-Asia IV atau Asean Games di Senayan, yang diawali oleh stasiun televisi pemerintah yaitu TV TVRI (Televisi Republik Indonesia). Sejak saat itu TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun (stasiun call) hingga sekarang. Selama tahun 1962-1963 TVRI berada di udara rata-rata satu jam sehari dengan segala kesederhanaannya.¹

Dengan kemajuan teknologi digital, dunia penyiaran di Indonesia mengalami sebuah pergeseran besar, yang biasanya masyarakat hanya bisa mengakses sebuah informasi dan hiburan melalui televisi dan radio, namun kini hampir semua jenis konten dapat diakses dengan menggunakan internet. Salah satu bentuk dampak dari pergeseran adalah munculnya fenomena konvergensi media, merupakan sebuah fenomena yang terjadi karena bergabungnya berbagai media yang

¹ Sayoga, N. S. (2021). Strategi Stasiun TV Lokal. *Strategi Stasiun TV Lokal TVRI Yogyakarta Dalam Menghadapi Disrupsi Media*, 1-3.

sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah baik cetak maupun elektronik (television, radio, surat kabar, komputer dan media lainnya) yang menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal terlebih dengan hadirnya *platform streaming* seperti YouTube, Netflix, dan media sosial lainnya mampu memberikan pilihan yang lebih banyak bagi audiens untuk mengakses sebuah konten hiburan dan informasi kapan saja dan di mana saja. ²Diperkuat dengan data dari *We Are Social* dan *Hoostsuite* (2024) yang dimana, 99,1% pengguna internet di Indonesia menonton video online melalui *platform streaming* di setiap minggunya, sedangkan sekitar 47% yang masih menonton siaran televisi secara rutin. Fakta ini tentunya mampu menunjukkan bahwa adanya pergeseran signifikan dalam pola konsumsi media masyarakat yang cenderung lebih memilih *platform digital* karena fleksibilitas waktu dan beragam konten yang dimiliki.³

Komisi Penyiaran Indonesia mengkaji mengenai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 & SPS) untuk bisa menyesuaikan keberagaman konten di era digital karena digitalisasi menuntut penyesuaian regulasi dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia terlebih pengembangan sistem pengawasan yang lebih canggih, termasuk penggunaan kecerdasan buatan juga menjadi kebutuhan yang mendesak untuk mengawasi jumlah stasiun televisi dan konten yang semakin bertambah.

² Zamroni, M. (2021). Dampak Konvergensi media terhadap pola menonton televisi Indonesia di era digital. *Jurnal Kajian Media* , 50-59.

³ KEMP, S. (2024, Februari 21). *DIGITAL 2024: INDONESIA*. Retrieved Juli 24, 2025, from Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Pada industri 4.0 tentunya menjadikan media sosial sebagai produsen informasi yang begitu cepat dalam persebarannya, sehingga tidak adanya keterbatasan ruang dan waktu karena perlahan semua berubah menjadi berbasis online, oleh sebab itu media mengalami disrupsi yang mengarah pada perubahan-perubahan besar yang menuntut adanya persebaran informasi di dalam dunia digital. Karena media sosial menjadi ancaman yang nyata bagi media massa termasuk televisi sehingga para pelaku industri televisi memilih mengambil konvergensi media sebagai solusinya. Kovergensi media merupakan sebuah proses yang berlangsung secara terus-menerus dan tidak boleh dipandang sebagai pergantian media lama, melainkan sebagai bentuk interaksi antara berbagai jenis dan *platform* media.⁴

Televisi lokal tentunya memiliki peran penting dalam menyajikan sebuah informasi, hiburan serta kebudayaan yang relevan bagi masyarakat. Melalui kondisi ini tentunya mereka dituntut untuk bisa menyesuaikan diri dengan kebiasaan audiens yang baru, karena mereka tidak hanya dituntut untuk bisa membuat program yang menarik namun juga harus bisa hadi di berbagai *platform* digital, yang artinya manajemen televisi tidak hanya fokus pada penyiaran konvensional, tapi juga harus mengatur strategi untuk bisa menjangkau penonton di ranah digital.

⁴ Hadi, M. (2021, Mei 7). *Eksistensi Media Televisi di Era Digital*. Retrieved November 28, 2024, from Kompasiana : <https://shorturl.at/Sokz6>

Reksa Birama Televisi (RBTV) Yogyakarta menjadi salah satu stasiun televisi lokal di Yogyakarta, dibawah naungan PT Reksa Birama Media yang bekerja sama dengan STMIK “AMIKOM” Yogyakarta. Merupakan stasiun TV Swasta komersial pertama di Kota Jogja yang terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital untuk dapat bertahan di tengah persaingan dengan media nasional dan digital. Tribun Jogja mengatakan sejak 1 Maret 2012, RBTV yang mempunyai *tagline* “Asli Jogja” mulai resmi bekerja sama dengan KOMPAS TV yang kemudian menggunakan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) memudahkan RBTV dalam memiliki akses siaran nasional.⁵

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna untuk memahami bagaimana manajemen penyiaran dijalankan oleh RBTV dalam menyikapi perubahan struktur industri media di era konvergensi media.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana manajemen penyiaran RBTV Yogyakarta di era konvergensi media?”

⁵ Lufityanti, G. (2012, Maret 6). *Kompas TV Mengudara Melalui RBTV*. Retrieved Juli 24, 2025, from TribunJogja.com : <https://shorturl.at/pJ9Jp>

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki sebuah tujuan yaitu, untuk mengetahui bagaimana manajemen penyiaran yang dilakukan RBTv Yogyakarta di era konvergensi media.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis/akademis

Melalui penelitian ini mampu memperkaya *literatur* terkait strategi komunikasi khususnya dibidang media penyiaran lokal serta mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika industri media lokal yang tengah menghadapi tekanan dari digitalisasi perubahan media di era konvergensi media.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan bisa menjadi pemahaman baru bagi peneliti maupun masyarakat terkait bagaimana manajemen penyiaran televisi terutama televisi lokal di era konvergensi media, serta menjadi relevansi di era digital sehingga dapat membantu stasiun televisi lokal dalam merancang konten yang menarik dan mudah diakses di berbagai *platform*.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan cara berfikir, kerangka berfikir atau cara pandang seseorang dalam memikirkan serta memahami sesuatu. Dengan

paradigma tentunya membantu peneliti untuk merumuskan tentang apa yang harus dipelajari untuk membantu menemukan persoalan-persoalan yang harus dijawab serta mampu mengatur apa yang harus diikuti dalam menginterpretasikan sebuah data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma *konstruktivisme* yang berpaku pada pemahaman bahwa realitas sosial tentunya dibentuk melalui sebuah pengalaman, interpretasi dan interaksi individu maupun kelompok. Dalam konteks ini, peneliti berusaha memahami secara mendalam bagaimana manajemen penyiaran RBTv Yogyakarta dalam merespon perubahan lingkungan media melalui strategi-strategi yang dikembangkan. Pendekatan ini tentunya sesuai dengan metode penelitian kualitatif deksriptif yang dimana peneliti tidak berusaha untuk menguji hipotesis melainkan mengeksplorasi sebuah makna, strategi dan praktik yang dijalankan oleh pihak manajemen RBTv dalam menghadapi transformasi digital.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan kerangka dalam suatu penelitian yang membantu menjawab pertanyaan penelitian, menguji hipotesis serta memecahkan masalah yang menjadi fokus pada penelitian. Dalam metode kualitatif, peneliti lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam mengenai suatu masalah dari pada melihat tentang permasalahan

untuk digeneralisasikan, karena penelitian kualitatif lebih memahami mengenai suatu fenomena yang dialami oleh subyek penelitian yang dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.⁶ Menurut Bogdan dan Taylor (1975) metode kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang dapat diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh), dalam artian individu atau organisasi tidak boleh diisolasi ke dalam variabel melainkan hanya perlu memandangnya sebagai bagian dari keutuhan.⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif, merupakan salah satu strategi penelitian untuk menyelidiki suatu kejadian, fenomena kehidupan individu atau sekelompok untuk menceritakan mengenai kehidupan mereka yang nantinya akan diceritakan kembali oleh peneliti dalam bentuk kronologi deskriptif.⁸ Melalui metode penelitian kualitatif deskriptif tentunya memungkinkan peneliti untuk bisa memeriksa dan mengeksplorasi secara mendalam mengenai manajemen penyiaran yang

⁶ Yakin, I. H. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Jawa Barat: CV. AKSARA GLOBAL AKADEMIKA.

⁷ Robert Bogdan, S. J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*. New York: John Wiley & Sons.

⁸ Rusandi, M. R. (2022). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus . *V2 No1.5*, 3-6.

digunakan oleh RBTV termasuk dalam aspek konten, manajemen dengan melalui tahapan wawancara, dokumentasi dan observasi.

1.6 Subjek dan Objek Penelitian

1.6.1.1 Subjek Penelitian

Moleong (2015) mengatakan bahwa subjek penelitian merupakan orang atau sesuatu yang mampu menampilkan informasi mengenai situasi dan latar dari penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memilih kriteria individu yang tentunya memiliki keterlibatan langsung dalam proses manajemen penyiaran di RBTv Yogyakarta dan tentunya subjek penelitian dipilih secara *purposive (purposive sampling)* dengan mempertimbangkan posisi, pengalaman dan pengetahuan mereka terhadap kebijakan serta strategi manajerial yang diterapkan dalam menghadapi era digitalisasi. Peneliti menetapkan Ibu Sunar Handari selaku Produser RBTv Yogyakarta, Bapak Suparwoto selaku Manager Studio dan Bapak Subkhan Santoso selaku Pengarah produksi atau *Program Director* RBTv Yogyakarta sebagai subjek penelitian.

1.6.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang tergambar secara konkret pada rumusan masalah. Objek dalam penelitian ini ialah manajemen penyiaran RBTv Yogyakarta, khususnya dalam konteks strategi dan langkah-langkah adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan konvergensi media. Peneliti berfokus pada aspek manajerial yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi dalam

proses penyiaran, baik dari sisi produksi konten, distribusi siaran maupun pemanfaatan teknologi digital.

1.7 Jenis Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan subjek-subjek yang tentunya memiliki keterlibatan langsung dalam proses manajerial penyiaran di RBTv Yogyakarta. Informasi yang ingin diperoleh tentunya mencakup strategi manajemen, kebijakan adaptasi terhadap digitalisasi, penggunaan platform digital serta tantangan yang dihadapi dalam proses konvergensi media.

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh melalui dokumen, arsip berita, artikel ilmiah, jurnal dan sumber lainnya yang relevan dengan tema digitalisasi dan manajemen media yang mampu memperkuat dan melengkapi penelitian ini.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyelesaikan penelitian ini tentunya peneliti memiliki teknik pengumpulan data sehingga data yang didapatkan bersifat obyektif dan mampu dipertanggung jawabkan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Teknik ini digunakan sebagai teknik utama untuk bisa menggali sebuah informasi dari subjek penelitian yang telah ditentukan dan memiliki peran kunci dalam manajemen penyiaran RBTv Yogyakarta. Wawancara ini bertujuan untuk peneliti bisa mendapatkan pemahaman yang lebih rinci mengenai strategi manajemen penyiaran, bentuk adaptasi terhadap digitalisasi, pemanfaatan teknologi serta tantangan apa saja yang dihadapi dalam proses konvergensi media.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik penelitian yang dimana data penelitian diamati secara langsung di lapangan sehingga memungkinkan peneliti untuk bisa mendapatkan data yang relevan dan akurat. Observasi dilakukan secara langsung di lingkungan kerja RBTv Yogyakarta secara non-partisipatif yang dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan, tetapi hanya sebagai pengamat, untuk memperkuat dan memperkaya data hasil wawancara.

3. Dokumentasi

Data yang diperoleh dari teknik dokumentasi biasanya berasal dari sebuah dokumen yang dimanfaatkan oleh penelitian untuk menjadi sebuah data, teknik ini sering digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara serta dari sumber-sumber online lainnya seperti web resmi RBTv dan akun media sosial resminya.

1.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif dan berkelanjutan yang tujuan akhir analisis data kualitatif untuk memperoleh sebuah makna, menghasilkan pengertian-pengertian, konsep-konsep serta mengembangkan teori baru. Biasanya analisis ini sebagai proses mencari serta menyusun secara sistematis mengenai data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan serta bahan lainnya yang nantinya mudah dipahami oleh orang lain.

Peneliti memilih analisis data Kualitatif berdasarkan urutan waktu dilakukannya penelitian, dimulai dari sebelum penelitian, selama penelitian hingga sesudah penelitian dilaksanakan untuk mendapatkan hasil yang maksimal serta data yang diperoleh akurat.

1) Teknik Analisis Sebelum di Lapangan

Tahap ini dilakukan menggunakan data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang digunakan untuk menentukan fokus pada penelitian yang tentunya akan bersifat sementara dan akan terus berkembang selama penelitian berlanjut hingga masuk ke lapangan.

2) Teknik Analisis Selama di Lapangan (Model Miles dan Huberman)

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa setiap aktivitas analisis data kualitatif tentunya dilakukan secara interaktif dan

berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data yang dihasilkan jenuh.⁹

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses menyederhanakan, mengabstraksi serta mentransformasikan informasi mentah yang berasal dari catatan lapangan, yang dimana proses ini harus dilakukan secara terus-menerus selama masa penelitian. Pada tahap ini, peneliti akan menyaring data yang relevan dengan focus penelitian, yaitu strategi manajemen penyiaran RBTv Yogyakarta dalam menghadapi digitalisasi dan konvergensi media sehingga informasi yang tidak relevan atau berulang akan disisihkan. Proses ini memiliki beberapa tahapan, yaitu : (1) menyusun ringkasan, (2) pengkodean, (3) pembuatan catatan obyektif, (4) membuat catatan reflektif (5) membuat partisi, (6) menulis memo.

b. Penyajian Data

Penyajian data biasanya menampilkan atau menyajikan data yang ada dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Penyajian data yang umum biasanya digunakan dalam penelitian kualitatif bersifat naratif, hal ini bertujuan untuk bisa memahami

⁹ Sahid, R. (2011). ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF MODEL MILES DAN HUBERMAN. Surakarta: scribd.com.

apa yang terjadi serta mampu merancang alur penelitian yang sesuai dengan informasi yang dipahami.

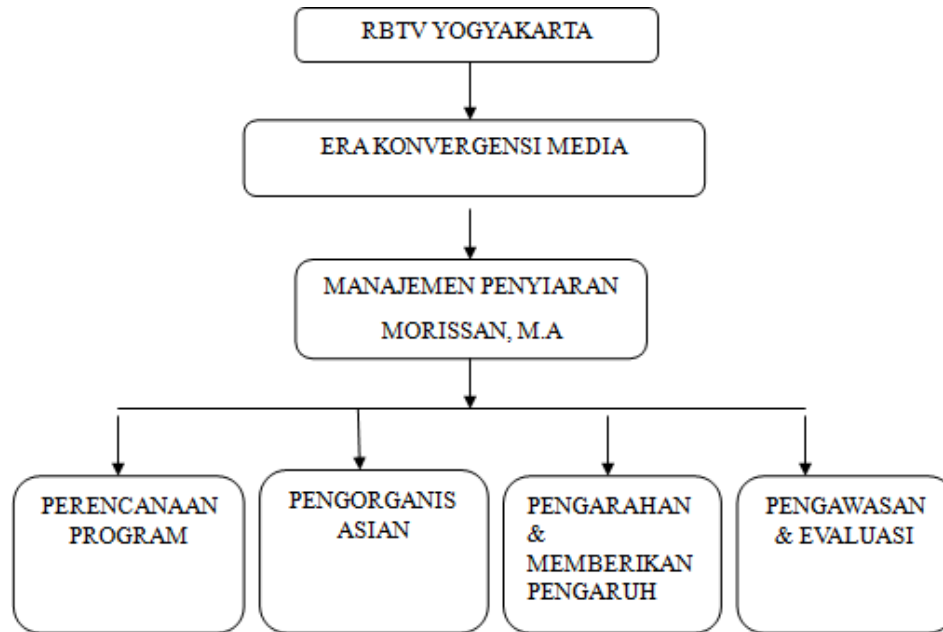
c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif biasanya dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan cenderung berkembang seiring proses penelitian di lapangan maka kesimpulan yang dihasilkan tentunya sering berupa temuan baru. Temuan baru kemudian dapat disajikan dalam bentuk deskripsi atau ilustrasi yang awalnya tidak terlihat jelas, kemudian menjadi lebih terang.



1.10 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasional

1.10.1 Kerangka Konsep



1.10.2 Definisi Konsep

1.10.2.1 Manajemen Penyiaran

Manajemen penyiaran merupakan suatu proses yang dimulai dari perencanaan, pengarahan dan pengendalian sumber daya dalam suatu lembaga penyiaran untuk mencapai tujuan penyiaran dan menjadi penggerak bagi stasiun untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Keberhasilan suatu media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang mampu bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang tentunya dimiliki oleh setiap media penyiaran yaitu teknik, program dan pemasaran. Karena sejatinya mengelola suatu media penyiaran itu tidak mudah banyak tantangan yang harus dihadapi, setiap perusahaan media penyiaran tentu dalam operasionalnya harus mampu memenuhi harapan dari pemilik dan pemegang saham untuk bisa menjadi perusahaan yang sehat dan mampu menghasilkan sebuah keuntungan, namun dibalik itu tentunya media penyiaran juga harus memenuhi kepentingan dari masyarakat.

Dalam pelaksanaan manajemen penyiaran, tentunya setiap tahapan kegiatan memiliki aturan dan pedoman yang harus diikuti untuk bisa menarik *audiens* (penonton), menahan penonton dan mencegah penonton untuk beralih ke program yang lain. Kegiatan yang dilakukan oleh manajemen dalam sistem penyiaran memiliki beberapa indikator sebagai berikut :¹⁰

¹⁰ Morissan, M. (2018). Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi . Jakarta: Prenada Media.

a) Perencanaan (*Planning*)

Merupakan tahapan yang mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mampu mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Pimpinan juga harus bisa menetapkan perencanaan jangka pendek karena melalui perencanaan ini setiap instansi mampu menentukan skala prioritas, mana yang harus terlebih dahulu dikerjakan. Dalam perencanaan tentunya menghasilkan kegiatan untuk menetapkan tujuan dan target, mampu merumuskan strategi untuk mencapai sebuah tujuan dan target, menentukan sumber-sumber daya yang dibutuhkan serta menetapkan standar/indikator dalam mencapai tujuan dan target. Terdapat beberapa tipe perencanaan dan penetapan program penyiaran mencakup sebagai berikut :

1. Rencana Strategis (*Strategic Plans*)

Sebuah perencanaan penentuan jangka panjang suatu Perusahaan dan mampu memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai sebuah tujuan. Mampu berfikir secara strategis mulai dari tindakan untuk memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang membantu atau akan menghalangi tercapainya sebuah tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan,

dengan menetapkan peran dan misi yang akan menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang akan dilaksanakan.

2. Strategi

Merupakan program umum untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan sebuah misi. Strategi biasanya menghubungkan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya dengan tantangan dan resiko yang harus dihadapi dari lingkungan di luar perusahaan, dimainkan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi.

3. Rencana Operasional

Merupakan proses penguraian lebih rinci mengenai bagaimana rencana strategi akan dicapai, dalam rencana operasional terbagi menjadi rencana sekali pakai (*single use plans*) dan rencana tetap (*standing plans*). Rencana sekali pakai dikembangkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dan tidak dapat digunakan kembali apa bila tujuan telah tercapai, sementara rencana tetap ialah pendekatan-pendekatan standar untuk penanganan situasi-situasi yang dapat diperkirakan dan terjadi berulang-ulang.

4. Anggaran

Setiap departemen pada stasiun penyiaran harus menyiapkan perencanaan anggaran untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam setiap program acara yang akan dibuat karena anggaran yang diberikan

harus disertai dengan target yang telah ditetapkan secara realistis dan didasarkan pada informasi pasar terbaik.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan sebuah proses struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi. Struktur organisasi pada stasiun penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku karena bentuk organisasi stasiun penyiaran yang satu akan berbeda dengan yang lain. Dalam pengorganisasian tentunya mampu mengalokasikan sumber daya, merumuskan serta menetapkan tugas dan menetapkan prosedur yang diperlukan, mampu menetapkan struktur sebuah organisasi yang menunjukkan adanya garis kewenangan dan tanggung jawab serta melaksanakan kegiatan perekrutan, penyeleksian, pelatihan serta pengembangan sumber daya manusia. Dua aspek utama dalam proses penyusunan struktur organisasi yaitu :

1) Departementalisasi

Merupakan pengelompokkan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi sehingga kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama.

2) Pembagian Kerja

Merupakan pemerincian mengenai tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi dapat bertanggung jawab untuk melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas.

Dalam pengorganisasian tentunya mampu menentukan peran dalam setiap anggota tim mulai dari produser, penulis naskah, teknisi bahkan editor, serta mampu mengalokasikan sumber daya seperti anggaran, peralatan dan waktu untuk memastikan kelancaran produksi, mampu mengintegrasikan pekerjaan berbagai divisi mulai dari produksi, pemasaran, dan distribusi. Pembentukan pemimpin juga hal utama yang harus dilakukan, biasanya pemimpin tertinggi dalam stasiun penyiaran ialah *general manager* (manajer umum) namun dalam stasiun besar berskala nasional pemimpin tertinggi disebut direktur utama. Pemimpin memiliki tanggung jawab untuk bisa menentukan sasaran (target) pemasaran dan mampu untuk mengendalikan pengeluaran, selain itu pemimpin juga melakukan koordinasi atas berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan dan memastikan bahwa stasiun penyiaran bisa mendatangkan keuntungan. Struktur organisasi biasanya terdiri atas beberapa bagian atau departemen.

c) Pengarahan & Memberikan Pengaruh

Pada tahap ini lebih mengarah untuk pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan serta pelatihan sehingga karyawan lebih antusias untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Komunikasi merupakan faktor yang sangat penting dalam melaksanakan suatu manajemen karena dengan komunikasi baik pimpinan maupun karyawan dapat mengetahui tujuan dan rencana dari stasiun penyiaran sehingga tidak adanya kesalahpahaman atau kesalahan informasi, dalam suatu stasiun tentunya memiliki

pemimpin yang berjiwa kepemimpinan karena dengan kemampuan itu seseorang mampu mempengaruhi orang lain untuk bisa bekerja bersama untuk mencapai sebuah tujuan. Para karyawan tentunya memiliki pengalaman dan keahlian untuk bisa melaksanakan suatu tanggung jawab, walaupun memiliki pengalaman tentunya instansi atau stasiun juga harus menyediakan kebutuhan pelatihan bagi para karyawan sesuai dengan prosedur penyiaran.

Pada tahap mengarahkan dan memengaruhi tentunya mencakup empat kegiatan penting, yaitu :

1) Motivasi

Keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya sangat terkait pada tingkat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan dasar karyawan biasanya mencakup kompensasi yang memadai dan pemberian insentif serta kondisi kerja yang aman, sehat dan pengawasan yang kompeten serta adil, apabila kebutuhan dasar tersebut terpenuhi dengan baik maka tidak diperlukan motivator utama bagi karyawan.

2) Komunikasi

Merupakan faktor yang sangat penting dalam melaksanakan suatu fungsi manajemen secara efektif karena melalui komunikasi baik pemimpin atau karyawan dapat mengetahui dan menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran agar mereka dapat berperan secara penuh dan efektif untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan. Kunci

sukses dalam stasiun penyiaran ialah memiliki komunikasi yang lancar antara berbagai bagian atau antara personel di dalam satu bagian.

3) Kepemimpinan

Merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk memengaruhi orang lain untuk bisa bekerja sama mencapai tujuan dan sasaran.

4) Pelatihan

Merupakan suatu proses pemberian kesempatan kepada karyawan untuk mempersiapkan diri mereka untuk mengantisipasi perkembangan atau kemajuan stasiun penyiaran. Biasanya pelatihan ini meliputi kegiatan seminar, *workshop*, kursus dan sebagainya yang mampu mendorong karyawan untuk menambah pengetahuan, wawasan dan keahlian mereka.

d) Pengawasan (*Controlling*)

Melalui sebuah perencanaan, stasiun penyiaran mampu menetapkan rencana akan tujuan yang ingin dicapai, proses pengawasan dan evaluasi mampu menunjukkan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai oleh stasiun penyiaran. Tahap ini tentunya mampu mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian sebuah tujuan dan target sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan. Pada tahap ini terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1) Evaluasi Program

Kegiatan yang dilakukan untuk menilai suatu keberhasilan program siaran berdasarkan indikator kinerja seperti *rating*, *share* serta *engagement* audiens.

2) Analisis Umpan Balik

Kegiatan yang menggunakan data survei, komentar audiens atau review di media sosial untuk bisa mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu program.

3) Penyesuaian Strategi

Melakukan modifikasi elemen program atau strategi pemasaran berdasarkan hasil evaluasi agar sesuai dengan kebutuhan pasar.

1.10.2.2 Konvergensi Media

Konvergensi berasal dari bahasa Inggris “*convergence*” yang dimana merujuk pada pertemuan dua atau lebih dalam satu titik. Sementara, media merupakan alat atau saluran yang biasanya digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi dari pengirim kepada penerima. Oleh sebab itu, konvergensi media sendiri merupakan sebuah fenomena di mana berbagai media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah, mulai dari media cetak dan elektronik kini mulai bergabung menjadi satu entitas tunggal¹¹, karena konvergensi media merujuk pada penggabungan berbagai jenis

¹¹ Jinan, A. T. (2024). KONVERGENSI MEDIA TV MUHAMMADIYAH DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL. *Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 35-37.

media mulai dari televisi, radio, surat kabar, suara internet dan data teks menjadi satu entitas ke sebuah platform tunggal, tentunya hal ini terjadi akibat dari perkembangan teknologi informasi, yang mampu menyebabkan pergeseran dalam cara produksi dan konsumsi informasi. Konvergensi teknologi platform terjadi karena digitalisasi konten media, yang menyebabkan media lama dan baru bertabrakan,¹² karena konvergensi media bukan hanya sekedar pergeseran teknologi, tetapi mengubah hubungan antara teknologi yang ada, baik dari sisi industri, pasar, genre, maupun khalayak, konvergensi mengacu pada sebuah proses, tetapi bukan titik akhir.

Dalam *The cultural Logic of Media Convergence*, Henry Jenkins member pandangan bahwa konvergensi media tidak hanya sebagai proses perpindahan dari media tradisional menjadi media digital, melainkan menjadi interaksi terhadap beberapa bentuk media dan platform.¹³ Pada era konvergensi media, tentunya transformasi komunikasi massa dalam penggunaan media sebagai publikasi memiliki perbedaan, hal ini dikarenakan munculnya media baru yang telah terkonvergensi oleh perkembangan teknologi pada saat ini.

Konvergensi media mapu memberikan kesempatan kepada khalayak untuk bisa berinteraksi dengan media massa, bahkan dapat mengisi konten media massa karena khalayak sekarang dapat mengontrol kapan, dimana dan bagaimana mereka

¹² Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

¹³ Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies* , 33-34.

mengakses informasi, dalam berbagai jenisnya.¹⁴ Tayangan televisi tidak akan selalu diakses hanya dilayar televisi konvensional melainkan dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui berbagai *platform*.

1.10.3 Operasional Konsep

1.10.3.1 Manajemen Penyiaran

Manajemen penyiaran merupakan proses yang dimulai dari perencanaan, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam suatu lembaga penyiaran untuk mencapai tujuan penyiaran serta menjadi penggerak bagi stasiun untuk meraih tujuan yang telah disepakati. Dalam pelaksanaan manajemen penyiaran, setiap tahapan kegiatan tentunya memiliki aturan dan pedoman yang harus diikuti agar dapat menarik audiens (penonton), mempertahankan penonton, serta mencegah mereka beralih ke program lain.

a. Perencanaan

Proses untuk mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini mencakup beberapa langkah sebagai berikut :

- 1) Menetapkan peran dan misi
- 2) Menentukan wilayah sasaran
- 3) Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas

¹⁴ Haqqu, R. (2020). ERA BARU TELEVISI DALAM PANDANGAN KONVERGENSI MEDIA. *Jurnal Rekam* , 2-4.

- 4) Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai
- 5) Mempersiapkan rencana tindakan mulai dari urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan, penjadwalan, anggaran, pertanggungjawaban dan menguji serta merevisi rencana sementara

b. Pengorganisasian

Proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi. Dalam proses pengorganisasian, penting untuk menetapkan peran setiap anggota tim, seperti produser, penulis naskah, teknisi, dan editor. Selain itu, pengalokasian sumber daya, seperti anggaran, peralatan, dan waktu, juga harus dilakukan untuk menjamin kelancaran produksi. Integrasi antar divisi, mulai dari produksi, pemasaran, hingga distribusi, menjadi hal yang krusial agar setiap bagian dapat bekerja secara selaras.

Dua aspek utama dalam proses penyusunan struktur organisasi dapat dioperasionalkan sebagai berikut:

1) Departementalisasi

Pengelompokkan kegiatan kerja dalam organisasi, di mana kegiatan-kegiatan yang memiliki kesamaan dan saling berhubungan dikelompokkan agar dapat dikerjakan secara

bersama-sama untuk meningkatkan efisiensi dan koordinasi.

2) Pembagian Kerja

Pemerincian tugas dan tanggung jawab setiap individu dalam organisasi, sehingga setiap anggota bertanggung jawab atas pelaksanaan sekumpulan kegiatan tertentu sesuai dengan bidangnya.

c. Pengarahan dan Memberikan Pengaruh

Proses memberikan motivasi yang mampu mempengaruhi setiap individu untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Dalam proses ini terdapat beberapa kegiatan, yaitu : Pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan sehingga setiap individu memiliki bekal untuk menjalankan tugas.

d. Pengawasan

Proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum serta melihat seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah tercapai. Tentunya proses ini juga melihat dari sisi efisiensi dalam menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar serta efektivitas untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

1.10.3.2 **Konvergensi Media**

Konvergensi merupakan proses menyatukan berbagai jenis media yang muncul akibat dari kemajuan teknologi informasi, biasanya terjadi karena konten media sudah terdigitalisasi, sehingga media tradisional dan media baru akan saling bersinggungan sehingga konvergensi media bukan hanya tentang perubahan teknologi melainkan juga mengubah relasi antara teknologi, industry, pasar hingga audiens.

Teori konvergensi mampu mengemukakan bahwa teknologi, industri yang berbeda dapat bersatu atau bertindak berdampingan dari waktu ke waktu dalam hal fungsionalitas dan karakteristik, hal ini mengartikan bahwa teknologi yang dulunya terpisah dapat saling mempengaruhi bahkan mampu bergabung menjadi satu.