

PENENTUAN STRATEGI KEBERLANJUTAN TELEVISI DIGITAL LOKAL DI ERA KETIDAKPASTIAN

Hadirawati^{1*}, Laila Mutmainnah¹, Utari Rahayu¹

¹Prodi Bisnis Digital, Institut Teknologi Pertanian, Indonesia

Tanggal penyerahan 27-12-2023 Tanggal diterima 04-03-2024

Email: dhirakeyza07@gmail.com

ABSTRAK

Berbagai gangguan di era ketidakpastian mempengaruhi keberlanjutan televisi digital lokal. Oleh karena itu diadakanlah penelitian yang bertujuan untuk menentukan strategi keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian. Penelitian ini diadakan Juli sampai dengan Agustus 2023 di Kabupaten Takalar dengan memilih Takalar TV sebagai objek penelitian. Data primer diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuisioner oleh 20 orang pakar. Data sekunder diperoleh dari studi literatur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif yaitu Focus Group Discussion (FGD) dan dilanjutkan dengan analisis SWOT, yaitu mengidentifikasi aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Takalar TV dan dari penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut akan ditentukan strategi terpilih. Hasil yang diperoleh adalah nilai faktor internal yaitu -56 diperoleh dari total nilai faktor kekuatan dikurangi dengan total nilai faktor kelemahan. Nilai faktor eksternal yaitu 120 diperoleh dari total nilai faktor peluang dikurangi dengan total nilai faktor ancaman. Berdasarkan pada nilai faktor internal dan faktor eksternal maka strategi keberlanjutan televisi digital di era ketidakpastian adalah *turn around*, yaitu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk mengimbangi kelemahan dan merebut peluang yang ada. Wujud dari strategi *turn around* adalah meningkatkan keterlibatan masyarakat (*engagement*) dan memaksimalkan penggunaan media sosial pada penciptaan produk, pemasaran dan layanan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi keberlanjutan dari televisi digital lokal yaitu *turn around*. Strategi ini diterapkan untuk mengurangi resiko karena adanya kelemahan pada sumberdaya manusia dan keterbatasan dalam finansial dan peralatan.

KATA KUNCI: keberlanjutan; ketidakpastian; SWOT; televisi digital lokal

Pendahuluan

Era ketidakpastian ditandai oleh banyaknya gangguan karena adanya dinamika politik dan ekonomi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, globalisasi, perubahan demografi, pasar terbuka, perubahan struktural, pertumbuhan populasi dan kendala sumber daya (Duchek, 2018; Quendler, 2017; Stone & Rahimifard, 2018). Salah satu industri yang mengalami banyak disrupsi di era ketidakpastian adalah industri penyiaran televisi (Romadlono & Indainanto, 2020). Di Indonesia, gangguan keberlanjutan terhadap industri pertelevisian bersumber dari regulasi, perilaku konsumen dan perkembangan teknologi (Putri & Radjagukguk, 2022; Sujoko, 2023). Regulasi tentang migrasi dari TV analog menjadi TV digital telah ditargetkan pemerintah paling lambat tahun 2022 (Mubarok & Adnjani, 2020). Migrasi tersebut membutuhkan investasi dari setiap lembaga penyiaran televisi yaitu teknologi pada *hardware* dan *software*, sumber daya manusia, dan penyiapan konten siaran (Mubarok & Adnjani, 2020; Sujoko, 2023). Investasi tersebut harus dilakukan meskipun tidak semua penyelenggara televisi mampu memenuhi namun harus dilakukan oleh semua media televisi yang ingin bertahan, baik media televisi skala kecil maupun besar, televisi lokal dan televisi nasional (Handayani & Merdekawati, 2019).

CARA MENSITASI: Hadirawati, Mutmainnah, L., and Rahayu, U. 2024. Penentuan Strategi Keberlanjutan Televisi Digital Lokal Di Era Ketidakpastian. *Journal of Agricultural and Rural Economy* 1(2):60-65. DOI: 10.11594/agre.2024.v1i2.60-65

Copyright © 2023 by Authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. [Open Access](#)

Perubahan cepat selain migrasi televisi analog ke digital adalah pesatnya perkembangan internet, yang memunculkan TV digital berbasis internet. Kemudahan dalam membuat TV digital berbasis internet dimanfaatkan oleh banyak pihak untuk membuat TV seperti TV komunitas dan TV lokal (Comer & Wikle, 2015). Siaran TV digital lokal berbasis internet dapat diakses oleh semua orang yang memiliki saluran internet sehingga siaran TV lokal tersebut dapat menjangkau semua orang dimana saja berada. Streaming digital adalah cara yang mudah untuk melewati keterbatasan jangkauan siaran (Kaltum et al., 2016). Keberadaan TV lokal menambah persaingan di dalam industri pertelevisian (Schauerte et al., 2021).

Eksistensi stasiun televisi mengalami gangguan lanjutan dengan hadirnya media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram dan TikTok, yang juga meyiarkan berita, edukasi maupun hiburan (Felisia & Wijayani, 2022). Media sosial mampu menyaingi fungsi televisi dengan tingkat efisiensi yang tinggi karena tidak memerlukan operator yang banyak. Setiap orang dapat bertindak sebagai jurnalis atau menjadi konten kreator yang membuat berita atau konten dan disebarkan sendiri melalui media sosial yang mereka miliki (Laksana et al., 2022; Schauerte et al., 2021).

Media penyiaran yang semakin banyak dan beragam tersebut akan memunculkan persaingan, baik persaingan di internal industri televisi, maupun antara industri televisi dengan sosial media (Hamid, 2021). TV lokal maupun TV nasional berusaha untuk mempertahankan keberlanjutannya di lingkungan persaingan media yang serba digital sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki masing-masing (Aminudin et al., 2023). Salah satu cara mengurangi tingkat persaingan adalah menggunakan media sosial untuk memperkuat TV lokal dan nasional, bentuknya adalah menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan dari siaran TV digital sekaligus sebagai media untuk memasarkan TV digital tersebut (Hamid, 2021). Namun tingginya persaingan dalam dunia digitalisasi dan globalisasi meningkatkan kerentanan institusi media termasuk TV lokal (Aminudin et al., 2023; Doyle, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian karena TV digital lokal adalah salah satu media yang merasakan kondisi rentan di era ketidakpastian. Penelitian tentang TV digital lokal milik pemerintah kabupaten adalah penelitian yang belum pernah dilakukan, oleh karena itu hasil yang akan diperoleh akan menjadi sumbangan terbaru bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Penelitian sebelumnya membahas tentang mutasi TV analog ke TV lokal, strategi bertahan TV lokal, TV nasional, TV swasta, TV pemerintah, dan TV komunitas, strategi produksi, pemasaran, dan pengelolaan sumberdaya manusia (Firmiyanti et al., 2019; Greer & Ferguson, 2017; Hunter et al., 2017; Imre & Wenger, 2020; Ordóñez et al., 2019; Sujoko, 2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan Juli sampai dengan Agustus 2023 di Kabupaten Takalar. Data primer diperoleh dari FGD, wawancara dan pengisian kuisioner oleh 20 orang pakar. Data sekunder diperoleh dari studi literatur. Selanjutnya dilakukan penyusunan strategi menggunakan pendekatan Analisis SWOT yaitu mengidentifikasi aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Takalar TV dan dari penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut akan ditentukan strategi terpilih (Rosmilawati et al., 2022).

Objek penelitiannya adalah Takalar TV yang merupakan televisi milik pemerintah daerah Takalar. Takalar TV adalah media yang digunakan pemerintah Kabupaten Takalar untuk menyebarkan informasi tentang pembangunan di daerah dan memberikan pelayanan maksimal kepada masyarakat Takalar (Beaudet & Wihbey, 2019; Imre & Wenger, 2020; Ordóñez et al., 2019; Syafri & Pannindriya, 2019).

Hasil dan Pembahasan

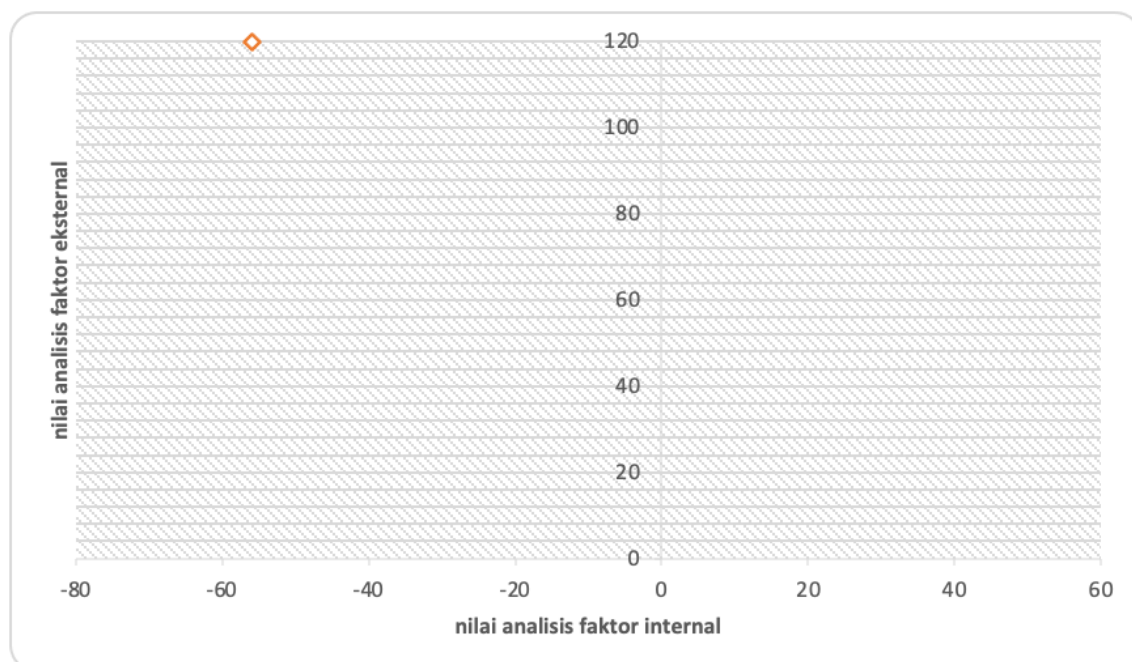
Penentuan strategi keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian menggunakan analisis SWOT ini terdiri dari sistem analisis faktor strategi internal dan eksternal. Sistem analisis faktor strategi internal terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Sistem analisis faktor eksternal terdiri dari faktor peluang dan ancaman (Rimantho et al., 2022). Tabel 1 menunjukkan beberapa

aspek yang dinilai pada faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Aspek tersebut dibobot oleh pakar dan selanjutnya dilakukan pemeringkatan oleh responden. Bobot dikalikan dengan peringkat pada setiap aspek untuk memperoleh nilai total dari masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Tabel 1. Sistem Analisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal dari Televisi Digital Lokal di era ketidakpastian

No	Faktor	Nilai
A	Analisis Faktor Internal	
1.	Total Kekuatan	148
2.	Total Kelemahan	204
	Total Kekuatan-Total Kelemahan	-56
B	Analisis Faktor Eksternal	
3.	Total Peluang	240
4.	Total Ancaman	130
	Total Peluang-Total Anca,an	120

Pada sistem analisis faktor strategi internal ditunjukkan bahwa faktor kelemahan lebih dominan dibanding faktor kekuatan. Dari perhitungan nilai faktor internal yaitu total nilai faktor kekuatan dikurangi dengan total nilai faktor kelemahan diperoleh nilai -56. Pada sistem analisis faktor strategi eksternal, faktor peluang lebih dominan dibanding ancaman sehingga nilai faktor eksternal yaitu 120 diperoleh dari total nilai faktor peluang dikurangi dengan total nilai faktor ancaman. Nilai faktor internal dan faktor eksternal jika dimasukkan ke diagram kartesius maka posisi strategi keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian berada pada kuadran 2 sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram SWOT Strategi Keberlanjutan Televisi Digital lokal di Era Ketidakpastian

Berdasarkan perhitungan antara faktor internal dan eksternal maka strategi keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian adalah strategi *turn around*. Pilihan strategi *turn around* sebagai strategi keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian menunjukkan bahwa ancaman yang dihadapi sangat besar namun televisi digital lokal masih mampu mempertahankan keberlanjutannya dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki dan peluang yang menguntungkan. Beberapa kekuatan yang dapat digunakan untuk menjaga keberlanjutan Takalar TV adalah dukungan pemerintah daerah, kebutuhan masyarakat lokal untuk mendapatkan

informasi tentang lingkungannya dari siaran yang terpercaya, dan adanya peluang untuk bekerjasama dengan semua pihak untuk menjadi sumber berita, berpartisipasi dalam penyiaran dan menyebarkan berita yang diproduksi oleh Takalar TV. Peluang yang menguntungkan televisi digital lokal adalah pemirsa atau pasar yang beragam, konten kreator yang berpengalaman dan siap berkolaborasi, adanya keterbukaan informasi dan berkembangnya teknologi informasi dapat dimanfaatkan dengan membuat produk yang beragam sesuai segmen yang menjadi sasaran.

Strategi *turn around* dapat diterapkan pada produk, pemasaran dan layanan dengan meningkatkan keterlibatan masyarakat (*engagement*) dan memaksimalkan penggunaan media sosial. Pada aspek produk yang ditawarkan, strategi *turn around* diwujudkan dalam bentuk kerjasama dengan konten kreator di luar Takalar TV untuk berpartisipasi dalam pembuatan konten dan membuka diri untuk menerima usulan pemirsa tentang konten yang diinginkan sehingga produk yang ditawarkan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan mampu memuaskan pemirsa. Pada aspek pemasaran, Takalar TV perlu memaksimalkan media *online* untuk memaksimalkan pengenalan tentang Takalar TV dan produk yang dihasilkan kepada pemirsa baik itu masyarakat Takalar maupun luar kabupaten Takalar. Demikian pula untuk layanan program *live streaming*, Takalar TV perlu melibatkan masyarakat untuk menyiarkan berita secara langsung dengan memanfaatkan media sosial Takalar TV yang banyak diminati masyarakat seperti YouTube, Facebook, Instagram.

Strategi *turn around* pada aspek produk, pemasaran dan layanan melalui pelibatan masyarakat dan memaksimalkan penggunaan media online sesuai dengan penelitian sebelumnya yang merekomendasikan untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh *stakeholder* dan menggunakan teknologi informasi yang menawarkan berbagai kemudahan dalam membuat konten dan untuk menjangkau serta berkomunikasi dengan pemirsa dimanapun berada (Rapitasari, 2016; Faaz et al., 2017; Chitra & Oktavianti, 2019; Permana & Mahameruaji, 2019; Emidari & Harliantara, 2023; Setiawan et al., 2023; Solekhah et al., 2023).

Kesimpulan

Strategi yang diterapkan untuk menjamin keberlanjutan televisi digital lokal di era ketidakpastian adalah strategi *turn around*. Strategi ini diwujudkan pada aspek produk, pemasaran dan layanan dengan meningkatkan keterlibatan *stakeholder* Takalar TV dan memaksimalkan penggunaan media sosial. Pelibatan *stakeholder* dan maksimalisasi penggunaan media sosial telah menjadi temuan pada penelitian sebelumnya tentang televisi dan media penyiaran lainnya karena keterlibatan *stakeholder* dan maksimalisasi penggunaan media sosial pada televisi digital lokal akan mengurangi resiko akibat dari kelemahan pada sumberdaya manusia dan keterbatasan pada finansial dan peralatan.

Referensi

- Aminudin, A., Abrar, A. N., & Kurnia, N. (2023). Transformation and diversification of Banten TV business as local television industry in the digital era. *International Journal of Visual and Performing Arts*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.31763/viperarts.v5i1.906>
- Beaudet, M., & Wihbey, J. (2019). Reinventing Local TV News: Innovative Storytelling Practices to Engage New Audiences. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3503179>
- Chitra, B., & Oktavianti, R. (2019). Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang). *Prologia*, 3(2), 532-538. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6413>
- Comer, J. C., & Wickle, T. A. (2015). Access to locally-oriented television broadcasting in a digital era. *Applied Geography*, 60, 280–287. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2014.11.001>
- Doyle, G. (2019). Public policy, independent television production and the digital challenge. 10(2), 145-162. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(2), 145–162. https://doi.org/10.1386/jdmp.10.2.145_1

- Duchek, S. (2018). Entrepreneurial resilience: a biographical analysis of successful entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(2), 429–455. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0467-2>
- Emidari, Y., & Harliantara, H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal JTV dalam Tahap Awal Pelaksanaan Analog Switch Off (ASO). *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi (JIKOMSI)*, 6(2), 45-54. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jikom/article/view/852>
- Faaz, A., Wahjuadi, D., & Jatmiko, T. (2017). Formulasi Strategi Bisnis Inspira Tv Sebagai Perusahaan Tv Digital Yang Baru. *eProceedings of Management*, 4(1), 307-314. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4311>
- Felisia, A., & Wijayani, I. (2022). Eksistensi TV lokal iNews TV Palembang dan PAL TV dalam pemberitaan di era konvergensi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 382–388. <https://doi.org/10.32509/PUSTAKOM.V5I2.2221>
- Firmiyanti, R. D., Satria, A., & Saptono, I. T. (2019). Developing Business Strategy for Local Television Network Into The Digital Broadcasting Competition in Indonesia: A JPM Case Study. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(2), 168-180. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.2.168>
- Greer, C. F., & Ferguson, D. A. (2017). The local TV station as an organizational self: Promoting corporate image via Instagram. *International Journal on Media Management*, 19(4), 282–297. <https://doi.org/10.1080/14241277.2017.1383255>
- Hamid, J. A. (2021). Strategi Produksi, Pemasaran, dan Pengelolaan SDM NET. TV dalam Menghadapi Persaingan Industri Televisi. *Journal of Digital Education, Communication and Arts*, 4(01), 22–36. <https://doi.org/10.30871/deca.v4i01.2800>
- Handayani, F. P., & Merdekawati, I. (2019). Kebijakan penggunaan media online website Kompas Tv dan youtube untuk menyalurkan konten “eksklusif digital” Kompas tv. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2(2), 198-211. <https://doi.org/10.24198/jkj.v2i2.21361>
- Hunter, L. A. W., Englehart, K., & Miller, P. (2017). Strengthening Canadian Television Content: Creation, Discovery and Export in a Digital World. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3090663>
- Imre, I., & Wenger, D. (2020). Where newsroom leaders see technology facilitating innovation in local TV news. *Electronic News*, 14(4), 151–167. <https://doi.org/10.1177/1931243120963705>
- Kaltum, U., Widodo, A., & Yanuardi, A. W. (2016). Local TV goes to global market through digital transformation. *Academy of Strategic Management Journal*, 15(Special Issue 2), 221–229. <https://www.proquest.com/docview/1954414208?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Laksana, A., Fitrianti, R., & Humadi, A. (2022). Sosialisasi pengembangan media dalam pemanfaatan TV digital di Desa Banyumas. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 153–158. <http://jipam.stai-dq.org/index.php/home/article/view/27>
- Mubarok, M., & Adnjani, M. D. (2020). Kesiapan Industri TV Lokal di Jawa Tengah Menuju Migrasi Penyiaran dari Analog ke Digital. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 7(1), 18–32. <https://doi.org/10.37535/101007120202>
- Ordóñez, K., Vázquez, A. I. R., & Suing, A. (2019). Internet and Local Television in the Context of Digital Transformation. In Á. Rocha, H. Adeli, L. P. Reis, & S. Costanzo (Eds.), *New Knowledge in Information Systems and Technologies* (Vol. 932, pp. 433–439). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16187-3_42
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi pemanfaatan media baru NET. TV.

- Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21-36.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1770>
- Putri, T. D., & Radjaguguk, D. L. (2022). Strategi Komunikasi Manajemen Redaksi Televisi Radio (TVR) Parlemen Dalam Meningkatkan Minat Penonton Di Era Digital. *JSSHA ADPERTISI JOURNAL*, 2(1), 16–28.
<https://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JSSHHA/article/view/322>
- Quendler, E. (2017). Organisational resilience: building business value in a changing world. *J. for International Business and Entrepreneurship Development*, 10(2), 101.
<https://doi.org/10.1504/JIBED.2017.084301>
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107-112. <http://eprints.ubhara.ac.id/898/>
- Rimantho, D., Hidayah, N., Saputra, A., Chandra, A., Rizkiya, A., Nazhifah, G., Wesha, D., & Fitriyani, P. (2022). Strategi pengelolaan sampah melalui pendekatan SWOT: Studi kasus Pondok Pesantren Qur'an Al-Hikmah Bogor. *Jurnal Pengelolaan Lingkungan Berkelanjutan (Journal of Environmental Sustainability Management)*, 6(2), 126-138.
<https://doi.org/10.36813/jplb.6.2.126-138>
- Romadlono, N. Y., & Indainanto, Y. I. (2020). Tantangan TV lokal di era disrupsi media. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 175–184. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6107>
- Rosmilawati, S., Ananda, A. R., Handayani, I. T., & Taufik, R. (2022). Strategi promosi media Betang. TV dalam menarik minat masyarakat Kalimantan Tengah lewat Instagram. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(1), 40–47. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i1.3585>
- Schauerte, R., Feiereisen, S., & Malter, A. J. (2021). What does it take to survive in a digital world? Resource-based theory and strategic change in the TV industry. *Journal of Cultural Economics*, 45, 263–293. <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09389-x>
- Setiawan, Y. L., Nasir, J., Puryanto, Ariyati, Y., & Wahyudi, T. D. (2023). Strategi komunikasi iNews TV Padang dalam mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(1), 49-65. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.1>
- Solekhah, A., Duku, S., & Yahya, A. H. (2023). Strategi Televisi Lokal Dalam Mempertahankan Eksistensi Bahasa Daerah. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, 1(4), 978-984.
<http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1174>
- Stone, J., & Rahimifard, S. (2018). Resilience in agri-food supply chains: A critical analysis of the literature and synthesis of a novel framework. *Supply Chain Management: An International Journal*, 23(3), 207–238. <https://doi.org/10.1108/SCM-06-2017-0201>
- Sujoko, A. (2023). Local TV Stations Post Analog Switch Off: Economic Challenges. In Y. A. Yusran, F. G. M. Fitri, T. A. Wihastuti, F. A. Nugroho, & I. D. Qurbani (Eds.), *Proceedings of the 2022 Brawijaya International Conference (BIC 2022)* (Vol. 235, pp. 276–287). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-140-1_27
- Syafri, P., & Pannindriya, S. T. (2019). Strategi Riau Televisi (Riau TV) Menghadapi Persaingan dengan TV Nasional untuk Tetap Eksis Sebagai TV Lokal. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 10(3), 287–307. <https://doi.org/10.36975/jeb.v10i3.215>