

Received: Filled 09-10-2024 | **Accepted:** Filled 20-10-2024 | **Published:** 26-11-2024

PROSES PRODUKSI PROGRAM TELEVISI: STUDI KASUS KOMPAS PEKALONGAN DI KOMPAS TV PEKALONGAN

Ilma ilmiatun nafiah¹⁾, Ibnu Salim²⁾, Mukhammad Risqy³⁾, Muhammad Afzalul Falah⁴⁾, Diana Fithriyah⁵⁾

Email Koroseponden Author, dianafithriyah13@gmail.com⁵

^{1,2,3,4,5} [UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan](#)

ABSTRACT

Pekalongan, one of Central Java's cities, requires a strong and independent local television presence. As the center of government and economy in the city, neutral local media is crucial for conveying information about city developments—from economic and social to political and cultural aspects. Local media also plays a vital role in supervising government policies, ensuring that every implemented program benefits the community. Law No. 32 of 2002 concerning Broadcasting mandates that every broadcast media must ensure diversity in content and ownership through a network station system. In line with this law, Kompas TV Pekalongan was established—a networked television channel under one of Kompas TV's subsidiaries in Jakarta. This study aims to describe the production process of local broadcasts from Kompas TV Pekalongan. The main data collection method used is qualitative interviews to analyze the program production process at the station. Key informant Faikar Mujajadid, editor and person in charge at Kompas TV Pekalongan, provides valuable insights into the dynamics of television program production. Through an interview conducted on September 27, 2024, Faikar elaborated that Kompas TV Pekalongan exemplifies the implementation of a television network system. Kompas TV adheres to regulations set by the Indonesian Broadcasting Commission (KPI), which requires national television to collaborate with local stations if live broadcast facilities are unavailable in the regions. However, Kompas TV aims not only to operate in the area but also to promote local wisdom by placing human resources in the locality to create content directly, rather than merely relaying broadcasts from the center. The television production process at Kompas TV Pekalongan demonstrates that, despite limited human resources, the production team can generate quality content through careful planning, flexibility in implementation, and effective production principles. The station successfully integrates local wisdom into its broadcasts and leverages social media and technology to boost viewership. Nonetheless, challenges such as time constraints and difficulties in conducting interviews need to be addressed for improved reporting. Future research is advised to explore how local content influences viewers and how the employed marketing strategies can attract a larger audience. Additionally, investigations should consider the use of new technologies in media content production and distribution, as well as how collaboration with community institutions can enhance the standing of TV stations. It is hoped these findings will contribute to the development of the local television industry in Indonesia.

Keywords: *Local Television, Production Process, Local Wisdom, Kompas TV Pekalongan, Social Media*

ABSTRAK

Pekalongan, sebagai salah satu Kota di Jawa Tengah, merupakan salah satu kota yang membutuhkan kehadiran televisi lokal yang kuat dan independen. Sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian di Kota tersebut. Oleh karena itu, kehadiran media lokal yang netral sangat dibutuhkan untuk menyampaikan informasi terkait perkembangan kota, baik dari segi ekonomi, sosial, politik, hingga budaya. Media lokal juga berperan dalam mengawasi kebijakan pemerintah kota, memastikan bahwa setiap program yang dilaksanakan benar-benar menguntungkan masyarakat. Amanat Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran adalah setiap media penyiaran diharuskan untuk diversity of content dan diversity of ownership, dengan memberlakukan kebijakan berupa sistem stasiun jaringan. Sebagai bentuk implementasi dari UU Penyiaran tersebut, dibentuklah Kompas TV Pekalongan yang merupakan televisi berjaringan dari salah satu anak jaringan dari Kompas TV di Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses produksi siaran lokal televisi berjaringan Kompas TV Pekalongan. Metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis proses produksi program di Kompas TV Pekalongan. Informasi utama, Faikar Mujajadid, editor dan penanggung jawab Kompas TV Pekalongan, memberikan pengetahuan mendalam tentang dinamika produksi program televisi. Peneliti dapat mendapatkan informasi langsung tentang praktik dan masalah produksi melalui wawancara yang dilakukan pada 27 September 2024. Informan utama dalam penelitian ini adalah Faikar Mujajadid, Editor sekaligus penanggung jawab di Kompas TV Pekalongan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 27 September 2024, Faikar menjelaskan bahwa Kompas TV Pekalongan adalah salah satu contoh implementasi sistem jaringan televisi, di mana Kompas TV mengikuti regulasi dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang mewajibkan televisi nasional bekerja sama dengan televisi lokal jika belum memiliki fasilitas siaran langsung di daerah. Namun, Kompas TV tidak sekadar ingin mengoperasikan transmisi di daerah, melainkan juga berkomitmen untuk mengangkat kearifan lokal. Oleh karena itu, Kompas TV menempatkan sumber daya manusia (SDM) di daerah untuk memproduksi konten lokal secara langsung, bukan hanya merelai siaran dari pusat. Proses produksi program televisi di Kompas TV Pekalongan menunjukkan bahwa dengan sumber daya manusia yang terbatas, tim produksi dapat menghasilkan konten berkualitas melalui perencanaan yang matang, fleksibilitas dalam pelaksanaan, dan penerapan prinsip dasar produksi yang efektif. Kompas TV Pekalongan berhasil memasukkan kearifan lokal ke dalam konten siarannya dan memanfaatkan media sosial dan teknologi untuk meningkatkan jumlah pemirsa. Namun, masalah seperti keterbatasan waktu dan kesulitan melakukan wawancara masih perlu ditangani agar pemberitaan lebih baik. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana konten lokal memengaruhi pemirsa dan bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dapat menarik lebih banyak audiens. Mereka juga harus melihat penggunaan teknologi baru dalam produksi dan distribusi konten media, serta bagaimana kolaborasi dengan lembaga komunitas dapat dioptimalkan untuk meningkatkan posisi stasiun TV. Diharapkan temuan ini akan membantu perkembangan industri pertelevisian lokal di Indonesia.

Kata Kunci: *Televisi Lokal, Proses Produksi, Kearifan Lokal, Kompas TV Pekalongan, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang terus berkembang, media massa memainkan peran yang semakin penting dan tak terhindarkan dalam kehidupan masyarakat modern. Informasi yang kita konsumsi setiap hari sebagian besar berasal dari berbagai bentuk media massa, baik cetak maupun elektronik. Di antara berbagai jenis media massa yang ada, televisi menjadi salah satu medium yang paling berpengaruh dan populer di kalangan masyarakat. Melalui televisi, masyarakat dapat memperoleh beragam informasi, konten pendidikan, hingga hiburan dengan format audio-visual yang

menarik, interaktif, dan menghibur. Televisi mampu menyajikan informasi secara cepat dan efektif, menjadikannya sumber informasi yang dominan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan televisi di Indonesia dimulai dengan berdirinya stasiun televisi pertama, Televisi Republik Indonesia (TVRI), pada tahun 1962. Sebagai stasiun televisi pertama, TVRI memainkan peran penting dalam menyebarluaskan informasi dan mendidik masyarakat di era awal kemerdekaan. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi penyiaran dan media terus mengalami kemajuan pesat. Berdasarkan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, pemerintah Indonesia memberikan keleluasaan yang lebih besar bagi masyarakat untuk mendirikan stasiun-stasiun penyiaran televisi baru, baik berskala nasional maupun lokal. Dalam pasal 31 ayat 5, secara khusus disebutkan bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu di wilayah Indonesia dengan jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut (Sumber: kominfo.go.id).

Kemajuan ini membuka peluang bagi daerah-daerah di Indonesia untuk mendirikan stasiun televisi lokal yang berfokus pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat di wilayahnya. Televisi lokal memiliki peran strategis dalam memajukan daerah melalui penyebaran informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Salah satu manfaat penting dari kehadiran televisi lokal adalah kemampuannya untuk memperkenalkan potensi ekonomi, sosial, dan budaya daerah kepada masyarakat yang lebih luas. Potensi tersebut mencakup sumber daya alam, tradisi budaya, pariwisata, hingga produk unggulan yang ada di daerah. Dengan demikian, televisi lokal dapat menjadi sarana promosi yang efektif bagi pemerintah daerah maupun pelaku usaha lokal dalam meningkatkan perekonomian daerah.

Di kota-kota besar maupun kecil, televisi lokal memiliki peran penting dalam memperkuat identitas dan rasa kebersamaan di kalangan masyarakat. Melalui pemberitaan mengenai peristiwa-peristiwa lokal, program-program budaya, dan liputan mengenai kegiatan masyarakat setempat, televisi lokal membantu membangun kesadaran masyarakat akan identitas lokal mereka. Kesadaran ini pada akhirnya dapat menumbuhkan rasa cinta dan kebanggaan terhadap daerah asal, serta memperkuat ikatan sosial di antara warga.

Pekalongan, sebagai salah satu Kota di Jawa Tengah, merupakan salah satu kota yang membutuhkan kehadiran televisi lokal yang kuat dan independen. Sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian di Kota tersebut. Oleh karena itu, kehadiran media lokal yang netral sangat dibutuhkan untuk menyampaikan informasi terkait perkembangan kota, baik dari segi ekonomi, sosial, politik, hingga budaya. Media lokal juga berperan dalam mengawasi kebijakan pemerintah kota, memastikan bahwa setiap program yang dilaksanakan benar-benar menguntungkan masyarakat.

Amanat Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran adalah setiap media penyiaran diharuskan untuk *diversity of content* dan *diversity of ownership*, dengan memberlakukan kebijakan berupa sistem stasiun jaringan. Sebagai bentuk

implementasi dari UU Penyiaran tersebut, dibentuklah Kompas TV Pekalongan yang merupakan televisi berjaringan dari salah satu anak jaringan dari Kompas TV di Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses produksi siaran lokal televisi berjaringan Kompas TV Pekalongan.¹

Kompas TV Pekalongan melaksanakan perannya sebagai stasiun televisi lokal melalui program yang disebut Kompas Pekalongan. Program ini merupakan salah satu segmen yang disiarkan oleh Kompas TV Pekalongan dan berfokus pada pembahasan berita-berita lokal serta menyajikan informasi terkini mengenai peristiwa yang sedang berlangsung di Kota Pekalongan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana proses produksi program Kompas Pekalongan pada televisi lokal serta faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam proses produksi tersebut?

METODE

Metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara; pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis proses produksi program di Kompas TV Pekalongan. Informasi utama, Faikar Mujajadid, editor dan penanggung jawab Kompas TV Pekalongan, memberikan pengetahuan mendalam tentang dinamika produksi program televisi. Peneliti dapat mendapatkan informasi langsung tentang praktik dan masalah produksi melalui wawancara yang dilakukan pada 27 September 2024.

Perencanaan, produksi, dan pemasaran adalah beberapa tahap dalam proses produksi. Pada tahap perencanaan, peneliti menekankan betapa pentingnya membuat rundown acara dan naskah berita sesuai dengan kebutuhan lokal. Ini menunjukkan bahwa perencanaan yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko dalam proses produksi. Akhirnya, hasil penelitian termasuk analisis masalah lapangan dan ide-ide untuk menyelesaikannya. Peneliti mencatat masalah seperti keterbatasan waktu dan kesulitan melakukan wawancara, serta cara tim Kompas TV Pekalongan mengatasi masalah ini dengan cara yang inovatif.

Secara keseluruhan, metode yang digunakan dalam penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai proses produksi di Kompas TV Pekalongan, menggabungkan teori dengan praktik nyata yang dihadapi oleh tim produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam industri pertelevisian, proses produksi sebuah program melibatkan berbagai elemen yang terorganisir dengan baik, mulai dari tahap perencanaan hingga distribusi kepada penonton. Kompas TV Pekalongan, sebagai bagian dari jaringan Kompas TV, memiliki dinamika khusus dalam menjalankan proses produksi, meskipun dengan tim yang kecil namun tetap efektif. Artikel ini menyajikan analisis mendalam mengenai tahapan utama dalam perencanaan, produksi, dan pemasaran

¹ Mochamad Taufiq Kolil, Harliantara Harliantara, dan Daniel Susilo, "Kebijakan Siaran Lokal Televisi Berjaring Kompas TV," *ETTISAL : Journal of Communication*, 5.1 (2020) hal. 31

program televisi di Kompas TV Pekalongan, serta berbagai tantangan dan solusi inovatif yang dihadapi dalam setiap tahap tersebut.

Informan utama dalam penelitian ini adalah Faikar Mujajadid, Editor sekaligus penanggung jawab di Kompas TV Pekalongan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 27 September 2024, Faikar menjelaskan bahwa Kompas TV Pekalongan adalah salah satu contoh implementasi sistem jaringan televisi, di mana Kompas TV mengikuti regulasi dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang mewajibkan televisi nasional bekerja sama dengan televisi lokal jika belum memiliki fasilitas siaran langsung di daerah. Namun, Kompas TV tidak sekadar ingin mengoperasikan transmisi di daerah, melainkan juga berkomitmen untuk mengangkat kearifan lokal. Oleh karena itu, Kompas TV menempatkan sumber daya manusia (SDM) di daerah untuk memproduksi konten lokal secara langsung, bukan hanya merelai siaran dari pusat.

Banyak stasiun televisi lainnya hanya mendirikan stasiun relai tanpa melibatkan SDM untuk produksi konten lokal. Sebaliknya, Kompas TV memutuskan untuk membangun stasiun televisi di daerah-daerah dengan SDM yang mampu memproduksi konten lokal secara mandiri. Kompas TV juga mematuhi sepenuhnya kebijakan KPI terkait kewajiban penyiaran lokal selama 3 jam sehari. Dengan lebih dari 30 biro yang tersebar di berbagai daerah, Kompas TV dan Kompas Gramedia memiliki jaringan televisi nasional yang kuat namun tetap berakar pada konten lokal.²

1. Perencanaan Program

Produksi media adalah proses yang melibatkan pemikiran kreatif dan teknis. Dalam konteks ini, penuangan ide ke dalam naskah dan storyboard merupakan langkah awal yang penting.(Ryan,2016). Menggambarkan pentingnya perencanaan dalam manajemen proyek. Dalam produksi televisi, perencanaan yang baik dapat mengurangi risiko dan meningkatkan efisiensi(Sarmiento Rojas et al., 2020). Kualitas perencanaan di atas kertas sangat penting untuk keberhasilan proses produksi. Rencana yang matang akan membantu tim produksi mengubah ide menjadi produk audiovisual yang sesuai dengan tujuan.

Tahap awal dalam produksi televisi di Kompas TV dimulai dengan perencanaan yang matang. Langkah pertama adalah pembuatan rundown acara, yang merupakan daftar urutan berita yang akan disiarkan dalam satu program. Rundown ini berfungsi sebagai peta untuk seluruh tim produksi, dari reporter hingga editor. Selain itu, dibuat pula proten atau naskah berita yang akan dibacakan oleh presenter selama siaran berlangsung.

Pada Kompas TV Pekalongan, program Kompas Pekalongan (berita) dibagi menjadi tiga segmen utama. Setiap segmen berisi beberapa berita yang diklasifikasikan berdasarkan prioritas atau tema tertentu. Segmen pertama biasanya terdiri dari tiga

² Mochamad Taufiq Kolil, Harliantara Harliantara, dan Daniel Susilo, "Kebijakan Siaran Lokal Televisi Berjaring Kompas TV," *ETTISAL: Journal of Communication*, 5.1 (2020) hal. 36

berita, segmen kedua juga tiga berita, dan segmen terakhir terdiri dari dua berita. Sumber berita berasal dari dua kategori: berita lokal dan berita nasional. Berita lokal sering kali diperoleh dari informasi warga yang disampaikan langsung kepada wartawan atau melalui grup WhatsApp yang beranggotakan para jurnalis. Sementara itu, berita nasional diambil dari kantor pusat Kompas TV atau dari jaringan afiliasi lainnya di berbagai kota besar.

Dalam menentukan tema berita yang akan diangkat, tim perencanaan memperhatikan kebutuhan lokal masyarakat Pekalongan. Misalnya, pada berita politik, segmen pertama mungkin memuat berita tentang Pilkada atau gubernur setempat, sementara segmen kedua bisa mengangkat berita kriminal, dan segmen ketiga diisi dengan feature atau berita ringan yang lebih menarik secara human interest. Fleksibilitas ini memastikan bahwa program Kompas Pekalongan tidak monoton dan mampu menarik perhatian pemirsa dengan berbagai minat. Hal ini penting karena, meskipun hanya melayani wilayah dari Tegal hingga Batang, siaran ini mencakup audiens yang luas dengan kepentingan yang beragam.

Sumber daya manusia (SDM), Kompas TV Pekalongan beroperasi dengan tim yang sangat kecil. Hanya ada dua wartawan yang bertugas, satu mencakup wilayah dari Tegal hingga Brebes dan satu lagi dari Pemalang hingga Batang. Meskipun jumlah wartawan yang terbatas ini bisa menjadi tantangan, mereka berhasil memaksimalkan efisiensi dengan memanfaatkan informasi yang tersedia dan berkolaborasi dengan jaringan wartawan lokal lainnya.

2. Proses Produksi

1. Rehearsal

Proses berlatih atau mengulang adegan sebelum rekaman atau syuting sebenarnya. Para aktor dan kru berkumpul untuk mempraktikkan adegan-adegan mereka. Mereka membaca dialog, bergerak sesuai arahan, dan membiasakan diri dengan alur cerita. Latihan ini membantu semua orang memahami apa yang harus dilakukan saat syuting nanti, sehingga proses produksi bisa berjalan lebih lancar.

2. Studio Rehearsal

Latihan yang dilakukan di lokasi syuting atau studio yang sebenarnya, latihan dilakukan di tempat yang akan digunakan untuk syuting sebenarnya. Ini membantu aktor dan kru untuk terbiasa dengan lingkungan, pencahayaan, dan tata letak set. Mereka bisa mencoba kostum dan makeup, serta berlatih dengan properti yang akan digunakan. Studio rehearsal sangat penting untuk memastikan semua elemen teknis dan kreatif bekerja dengan baik bersama-sama.

3. Recording

Proses merekam atau memfilamkan adegan-adegan yang telah direncanakan dan dilatih. Semua persiapan sebelumnya - dari penulisan naskah hingga latihan - akhirnya terwujud. Aktor memainkan peran mereka, kamera merekam aksi, dan sutradara memandu semuanya. Proses ini bisa memakan waktu lama, karena sering kali adegan harus diulang beberapa kali untuk mendapatkan hasil terbaik. Pascaproduksi adalah tahap akhir dalam pembuatan konten media seperti film, acara TV, atau video. Ini

adalah saat di mana semua bahan mentah yang telah direkam disatukan dan diperhalus menjadi produk akhir.

1. **Capturing**

Proses mentransfer rekaman dari kamera atau perangkat perekam ke komputer editing. Semua bahan mentah dari syuting dipindahkan ke sistem editing digital agar bisa diolah lebih lanjut. Proses ini penting untuk memastikan kualitas gambar dan suara tetap terjaga saat mulai diedit.

2. **Logging**

Proses mencatat dan mengorganisir semua materi yang telah direkam. Setiap potongan video atau audio akan diberi label, dideskripsikan, dan diatur agar mudah ditemukan nanti. Logging membantu editor menemukan dengan cepat adegan atau suara yang mereka butuhkan saat mengedit, menghemat banyak waktu dalam proses editing.

3. **Editing pictures**

Proses memilih, menyusun, dan memodifikasi potongan-potongan video untuk membentuk cerita yang utuh. Editor akan memilih potongan-potongan terbaik dari rekaman, menyusunnya dalam urutan yang tepat, dan memotong bagian yang tidak diperlukan. Mereka juga bisa menambahkan efek visual, transisi antara adegan, dan menyesuaikan warna untuk menciptakan tampilan yang diinginkan.

4. **Editing sound**

Proses menyempurnakan dan menggabungkan semua elemen audio. Editor akan menyeimbangkan volume, menghilangkan noise yang tidak diinginkan, dan menambahkan efek suara untuk meningkatkan pengalaman menonton. Tujuannya adalah menciptakan soundscape yang mendukung dan memperkaya cerita visual.

5. **Final cut**

Setelah semua editing gambar dan suara selesai, dan semua pihak (sutradara, produser, dll.) setuju dengan hasilnya, final cut adalah versi yang siap untuk ditayangkan atau didistribusikan.³

Dalam produksi media di Kompas Pekalongan, proses produksi program memiliki tahapan yang sistematis namun tetap fleksibel untuk menyesuaikan dengan dinamika pemberitaan. Meskipun berbeda dengan produksi drama atau film yang memiliki waktu persiapan lebih panjang, Kompas Pekalongan tetap menerapkan prinsip-prinsip dasar produksi yang mencakup rehearsal, studio rehearsal, dan recording. Dalam tahap rehearsal di Kompas Pekalongan dimanifestasikan dalam bentuk perencanaan liputan dan pengumpulan informasi awal. Para wartawan melakukan persiapan dengan menyusun pertanyaan untuk wawancara, mendiskusikan sudut pandang berita dengan tim, dan memastikan semua peralatan siap digunakan. Proses ini mungkin tidak sekompleks rehearsal dalam produksi drama, namun tetap

³ Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi, Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*, PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2017, hal. 10-16

menjadi fondasi penting untuk menghasilkan liputan yang berkualitas. Kemudian, konsep studio rehearsal diterapkan ketika tim Kompas Pekalongan melakukan pengecekan lokasi liputan. Mereka memastikan kesiapan teknis seperti fungsi kamera dan mikrofon, mengatur posisi pengambilan gambar yang optimal, serta melakukan koordinasi awal dengan narasumber. Meskipun dilakukan dengan waktu yang lebih singkat, tahap ini tetap krusial untuk memastikan kelancaran proses peliputan. Tahap recording, di mana wartawan Kompas Pekalongan terjun langsung ke lapangan untuk melakukan peliputan. Mereka melakukan wawancara dengan warga dan pihak berwajib, mengambil gambar-gambar yang diperlukan, dan mengumpulkan semua materi untuk diolah menjadi berita. Proses ini dilanjutkan dengan editing yang biasanya berlangsung hingga malam hari, dan pengunggahan berita ke server Kompas TV keesokan harinya.

Tantangan utama dalam produksi berita di Kompas Pekalongan adalah keterbatasan waktu. Tim harus bekerja dengan sangat efisien mengingat proses editing dan pengunggahan yang hanya memiliki waktu sekitar lima jam. Berbeda dengan produksi drama yang memiliki kesempatan untuk mengulang adegan, produksi berita dituntut untuk menghasilkan konten yang akurat dan berkualitas dalam sekali pengambilan. Meski demikian, melalui penerapan prinsip-prinsip produksi yang baik dan koordinasi tim yang solid, Kompas Pekalongan berhasil menghadirkan berita-berita yang informatif dan dapat dipercaya kepada masyarakat.

3. Pemasaran Program

Perencanaan proses pemasaran meliputi analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats), untuk menentukan sasaran pemasaran yang tepat dapat menggunakan konsep pemasaran seperti model STP (segmentation, targeting, positioning). Untuk membuat suatu strategi promosi agar dapat berjalan efektif dan efisien maka perlu digunakan bauran promosi (promotion mix).

a. Analisis SWOT

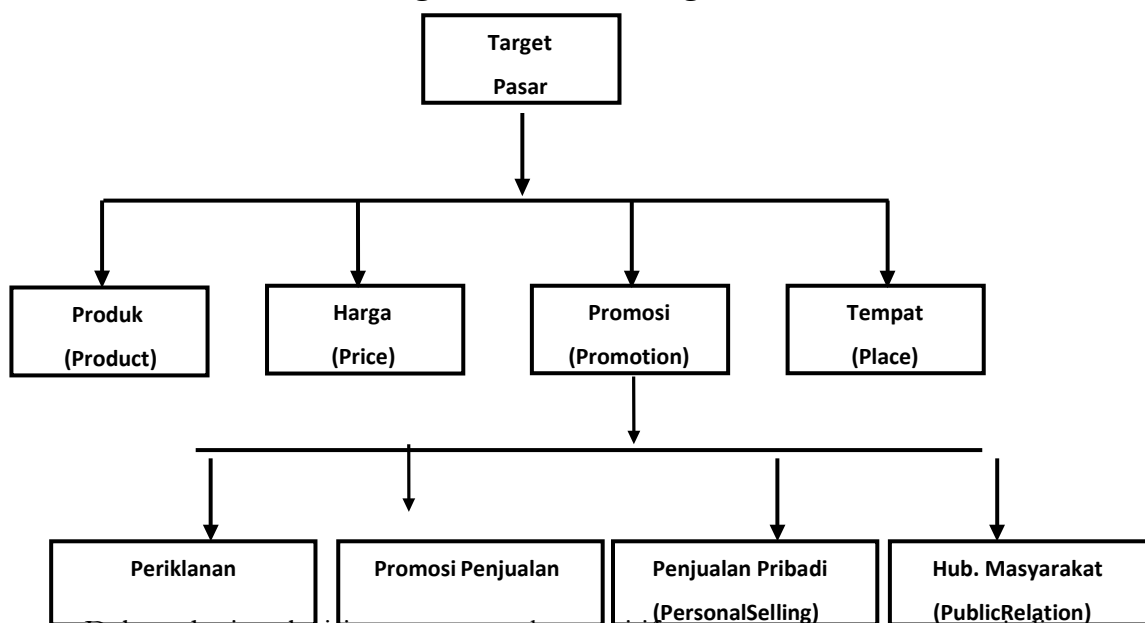
Keberhasilan suatu strategi sangat bergantung pada sejauh mana strategi tersebut mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, persaingan, serta kondisi organisasi. Dalam hal ini, analisis SWOT sangat berguna untuk membantu mengatasi masalah-masalah tersebut. Melalui analisis SWOT, kita dapat dengan cepat memahami secara jelas posisi kita serta peluang dan ancaman yang ada di sekitar. Dengan begitu, kita dapat merumuskan solusi yang lebih rasional dan tepat dalam menghadapi situasi yang ada. Oleh karena itu, daftar SWOT yang tersusun secara sistematis sangat penting dalam menentukan langkah-langkah perencanaan ke depan. Menurut Marbun, SH (1996), pemanfaatan analisis SWOT biasanya diformulasikan dalam rumusan standar berikut: manfaatkan peluang (O) secara maksimal, waspadai dan siaga terhadap ancaman (T), lakukan berbagai upaya untuk mengatasi kelemahan (W), dan terus kembangkan serta pelihara kekuatan (S). Dengan kata lain, rumusan ini juga dapat disederhanakan sebagai berikut:

1. Strengths. Merupakan keunggulan produk yang akan dipromosikan.

2. **Weaknees.** Kelemahan atau kekurangan produk yang dijadikan sebagai bahan guna mensiasati strategi komunikasi pemasaran produk.
3. **Opportunity.** Tujuan dari strategi komunikasi pemasaran produk, diharapkan tujuan tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan pembelian produk
4. **Treaths.** Berupa ancaman dari pesaing produk

Konsep pemasaran berbasis segmentasi yang dikenal dengan model STP (segmentation, targeting, positioning) berpendapat bahwa setiap konsumen memiliki karakteristik yang unik dan berbeda satu sama lain. Setiap individu memiliki persepsi, sikap, perilaku, latar belakang lingkungan, budaya, asal daerah, serta gaya hidup yang bervariasi. Karena perbedaan-perbedaan ini, konsumen akan memiliki preferensi dan keinginan yang berbeda dalam upaya memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, konsep segmentasi dalam pemasaran berarti mempelajari berbagai kelompok konsumen dan mengelompokkan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan serupa ke dalam satu segmen tertentu.⁴

Unsur-unsur Yang Terkait Dalam Kegiatan Promosi



Dalam dunia televisi yang sangat kompetitif, pemasaran program menjadi elemen yang sangat penting. Kompas Pekalongan menerapkan beberapa strategi pemasaran untuk menarik pemirsa baru dan mempertahankan pemirsa yang sudah ada. Salah satu contoh strategi pemasaran yang diterapkan adalah bekerja sama dengan Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk menayangkan debat Pilkada, yang berlangsung dari bulan Agustus hingga November. Dengan menayangkan acara-acara politik penting seperti debat, Kompas berhasil menarik minat masyarakat yang ingin mengikuti perkembangan politik di daerahnya.

⁴ (Sardi, 2007)hal. 15-19

Selain itu, Kompas Pekalongan juga memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mempromosikan program-programnya. Facebook, YouTube, dan Instagram menjadi platform utama yang digunakan untuk menyebarkan konten berita dan menarik perhatian pemirsa online. Dengan mengandalkan viewers YouTube, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih sering mengakses berita melalui internet daripada televisi konvensional.

Solusi untuk mengatasi kendala di media televisi melibatkan optimasi biaya produksi, peningkatan selektivitas, pengembangan teknologi dan infrastruktur, pengembangan regulasi penyiaran yang jelas, dan pengembangan sumber daya. Selain tantangan di lapangan, kendala teknis juga sering terjadi, terutama dalam proses unggah berita. Jaringan internet yang tidak stabil bisa menjadi hambatan besar ketika tim harus mengunggah berita dalam waktu yang terbatas. Selain itu, kendala dalam pembuatan naskah juga menjadi masalah yang sering dihadapi. Kadang-kadang, wartawan menulis naskah yang terlalu panjang atau mengulang-ulang informasi, sehingga memerlukan revisi yang memakan waktu.

Salah satu solusi inovatif yang pernah diterapkan oleh tim Kompas TV Pekalongan adalah ketika terjadi kecelakaan kerja saat liputan di lapangan. Dalam kecelakaan tersebut, editor utama mengalami cedera dan harus dirawat selama dua minggu. Untuk mengatasi kekosongan tersebut, tim produksi melakukan siaran ulang program yang sudah ada sambil menunggu editor kembali pulih. Meskipun produksi program baru tertunda, solusi ini berhasil menjaga kelancaran siaran tanpa mengorbankan kualitas program.

Proses produksi program televisi di Kompas Pekalongan adalah contoh nyata bagaimana tim yang kecil namun efisien dapat menghasilkan program berkualitas dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas. Dari perencanaan hingga pemasaran, setiap langkah melibatkan kerja keras, kolaborasi, dan solusi kreatif untuk menghadapi tantangan yang ada. Dengan strategi pemasaran yang terintegrasi melalui media sosial dan kerja sama dengan lembaga lokal, Kompas Pekalongan mampu menarik perhatian pemirsa dan tetap relevan di tengah persaingan industri media yang ketat.

KESIMPULAN

Proses produksi program televisi di Kompas TV Pekalongan menunjukkan bahwa dengan sumber daya manusia yang terbatas, tim produksi dapat menghasilkan konten berkualitas melalui perencanaan yang matang, fleksibilitas dalam pelaksanaan, dan penerapan prinsip dasar produksi yang efektif. Kompas TV Pekalongan berhasil memasukkan kearifan lokal ke dalam konten siarannya dan memanfaatkan media sosial dan teknologi untuk meningkatkan jumlah pemirsa. Namun, masalah seperti keterbatasan waktu dan kesulitan melakukan wawancara masih perlu ditangani agar pemberitaan lebih baik.

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana konten lokal memengaruhi pemirsa dan bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dapat menarik lebih banyak audiens. Mereka juga harus melihat penggunaan teknologi baru dalam produksi dan distribusi konten media, serta bagaimana kolaborasi dengan lembaga komunitas dapat dioptimalkan untuk meningkatkan posisi stasiun TV. Diharapkan temuan ini akan membantu perkembangan industri pertelevisian lokal di Indonesia.

REFERENSI

- Aswatun Hasanah*, 2018 “Analisis Produksi Siaran Berita Televisi,” *Banda Aceh Repository Ar Raniry*,. Hal. 76
- Kolil, M. T., Harliantara, H., & Susilo, D. (2020). Kebijakan Siaran Lokal Televisi Berjaring Kompas TV. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(1). <https://doi.org/10.21111/ejoc.v5i1.4353>
- Ryan, D. (2016). Curtains, culture and ‘collective’ memory. *Journal of Transatlantic Studies*. <https://doi.org/10.1080/14794012.2016.1232511>
- Sarmiento Rojas, J. A., Correa Candamil, C. H., & Jiménez Roa, D. E. (2020). Gestión de proyectos aplicada al PMBOK 6ED. In *Gestión de proyectos aplicada al PMBOK 6ED*. <https://doi.org/10.19053/9789586603867.9789586604260>
- Hasanah, A. (2018). Analisis Produksi Siaran Berita Televisi. Repository Ar Raniry.*
- Iklan Televisi Pengertian , Jenis , Kelebihan dan. (n.d).*
- production house. (2014). 1–44.*
- Ryan, D. (2016). Curtains, culture and ‘collective’ memory. *Journal of Transatlantic Studies*. <https://doi.org/10.1080/14794012.2016.1232511>
- Sardi, S. A. (2007). Strategi Promosi Program Tv Indonesian Idol 3. 1.*
- Sarmiento Rojas, J. A., Correa Candamil, C. H., & Jiménez Roa, D. E. (2020). Gestión de proyectos aplicada al PMBOK 6ED. In Gestión de proyectos aplicada al PMBOK 6ED. https://doi.org/10.19053/9789586603867.9789586604260*
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Kencana, Jakarta, 2011
- Lukas Deni Setiawan, THE CONVERSATION (18, April, 2024) “Sulitnya televisi lokal bermigrasi digital, bagaimana solusinya?,” 30, September, 2024. https://theconversation.com/sulitnya-televisi-lokal-bermigrasi-digital-bagaimana-solusinya-227293*

*Subhan Afji, 2024, "Tayangan Bermasalah dalam Program Acara Televisi di Indonesia,"
Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN dan Yogyakarta Jl Babarsari No 2.*

*Mochamad Taufiq Kolil, 2020, "Kebijakan Siaran Lokal Televisi Berjaring
Kompas TV," ETTISAL: Journal of Communication, 5.1.*