ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Strategi Komunikasi PALTV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal di Palembang

Authors: Siti Khadijah, Achmad Syarifudin, Muhammad Randicha Hamandia

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 1 No. 3 (2024)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2487

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 22 October 2026, 07:23 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Siti Khadijah, Achmad Syarifudin, Muhammad Randicha Hamandia. "Strategi Komunikasi PALTV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal di Palembang". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 1 No. 3 (2024). DOI: 10.47134/jbkd.v1i3.2487

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 1, Nomor 3, 2024, Hal: 1-14

Strategi Komunikasi PALTV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal di Palembang

Siti Khadijah[1]*, Achmad Syarifudin[2], Muhammad Randicha Hamandia[3]

[1,2,3] Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; sitikhadijahihi20@gmail.com, achmadsyarifudin73@radenfatah.ac.id, mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak: Palembang Televisi (PALTV), sebagai televisi lokal pertama di Bumi Sriwijaya, telah hadir di tengah-tengah masyarakat sejak 9 September 2005. Bertahan dalam industri penyiaran lokal bukanlah tugas yang mudah bagi PALTV, karena harus bersaing dengan televisi nasional, lokal di wilayah yang sama, televisi digital, dan media penyiaran streaming internet lainnya. Untuk bertahan, PALTV membutuhkan strategi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi PALTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal di Palembang. Teori Ekologi Media oleh Dimmick dan Rohtenbuhler digunakan sebagai kerangka teoretis, yang menyoroti tiga sumber penting bagi media untuk bertahan, yaitu modal, jenis isi media, dan jenis khalayak sasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan beberapa strategi yang digunakan PALTV: 1. Strategi Program: PALTV melakukan perencanaan program jangka panjang, menengah, dan pendek, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi. Mereka juga memperhatikan moment tertentu dalam perencanaan program, mengelola produksi dan pembelian program, menyesuaikan jadwal program dengan kebiasaan penonton, dan melakukan pengawasan serta evaluasi program. 2. Segmentasi, Targeting, dan Positioning: PALTV melakukan segmentasi audien dari berbagai kalangan, memilih target penonton sesuai dengan program, dan membangun persepsi masyarakat melalui tagline. 3. Strategi Pemasaran: PALTV melakukan pemasaran program dengan menawarkan ratecard kepada pemasang iklan, menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta, serta mengadakan event dan kegiatan off air. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, PALTV berupaya mempertahankan eksistensinya dan menghadapi persaingan di industri penyiaran yang semakin ketat

Katakunci: Strategi, Eksistensi, Televisi Lokal, Ekologi Media

DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2487
*Correspondensi: Siti Khadijah
Email: sitikhadijahihi20@gmail.com

Received: 08-03-2024
Accepted: 15-04-2024
Published: 27-05-2024

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *Palembang Televisi (PALTV), as the first local television in Bumi Sriwijaya, has been present in the community since September 9 2005. Surviving in the local broadcasting industry is not an easy task for PALTV, because it has to compete with national and local television in the region. the same, digital television, and other internet streaming broadcast media. To survive, PALTV needs an effective strategy. This research aims to explore PALTV's communication strategy in maintaining its existence as a local television in Palembang. The Media Ecology Theory by Dimmick and Rohtenbuhler is used as a theoretical framework, which highlights three important sources for media to survive, namely capital, type of media content, and type of target audience. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through interviews, observation and collection of related documents. The research results show several strategies used by PALTV: 1. Program Strategy: PALTV carries out long, medium and short terms program planning, as well as utilizing social media for promotion. They also pay attention to certain moments in program planning, manage program production and purchasing, adjust program schedules to audience habits, and monitor and evaluate programs. 2. Segmentation, Targeting, and Positioning: PALTV segments audiences from various circles, selects target audiences according to the program, and builds public perception through taglines. 3. Marketing Strategy: PALTV carries out program marketing by offering rate cards to advertisers, collaborating with government and private agencies, as well as holding off-air events and activities. By implementing these strategies, PALTV seeks to maintain its existence and face increasingly fierce competition in the broadcasting industry.*

Keywords: *Strategy, Existence, Local Television, Media Ecology*

Pendahuluan

Perkembangan televisi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cepat. Saat ini, televisi telah menjadi salah satu sumber utama informasi dan hiburan bagi masyarakat Indonesia. Hingga saat ini, televisi tetap menjadi salah satu media yang penting untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat (Reni Nuraeni, 2021: 753). Dengan elemen visual dan audio yang dimilikinya, televisi memungkinkan penonton untuk membayangkan atau membentuk gambaran dari informasi atau berita yang disampaikan. Selain itu, televisi juga mampu menyediakan hiburan melalui berbagai program yang menarik. Dengan demikian, televisi tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi atau berita kepada masyarakat, tetapi juga sebagai sumber hiburan bagi penontonnya (Rustono Farady, 2022: 85).

Televisi kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Sebagai hasil dari teknologi tinggi, televisi menyampaikan pesan dalam bentuk audiovisual yang bergerak. Pesan-pesan ini memiliki kekuatan besar untuk memengaruhi mental, pola pikir, dan tindakan individu. Mengingat kehebatan dan manfaat yang dimiliki oleh televisi, pada awal tahun 1960-an banyak negara berkembang yang baru saja merdeka berusaha untuk membangun stasiun televisi. Hal ini terutama karena mereka menyadari potensi yang dimiliki oleh medium televisi dalam pembangunan bangsa, terutama dalam hal penyebaran informasi, sosialisasi, motivasi, diskusi, pendidikan, kebudayaan, hiburan, integrasi nasional, dan kerjasama internasional.

Daya tarik televisi sebagai medium yang dianggap mampu mendorong perubahan juga telah mempengaruhi para pembuat kebijakan di Indonesia untuk memutuskan membangun stasiun televisi. Langkah ini dianggap sebagai langkah besar bagi Indonesia dalam mewujudkan cita-cita nasional. Keputusan ini, yang telah dilihat ke depan, bermula dengan kelahiran Ketetapan MPRS No. II/MPRS/1960. Bab I Pasal 18 dari ketetapan tersebut menyebutkan bahwa pembangunan siaran televisi untuk keperluan pendidikan, pada tahap awal dibatasi pada tempat-tempat yang terkait dengan Universitas Indonesia. Sebagai hasil dari hal ini, pada tahun 1961, pemerintah memutuskan untuk memperkenalkan media televisi (Hidajanto Djamal et al., 2022: 26).

Stasiun televisi pertama di Indonesia adalah TVRI (Televisi Republik Indonesia), didirikan pada tahun 1962. Hingga saat ini, TVRI telah membangun 27 stasiun yang tersebar di setiap provinsi, dengan jumlah transmisi sebanyak 367 yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagai televisi pemerintah, acara TVRI cenderung bersifat seremonial. Pada masa itu, berita disampaikan tanpa banyak intervensi. Masyarakat menerima apa yang disajikan TVRI karena tidak ada alternatif siaran televisi selain TVRI (Ayub Al-Amin et al., 2021: 87).

Lanskap televisi di Indonesia mulai beragam setelah deregulasi dalam industri pertelevisian. Pemerintah memberikan izin kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi swasta pertama, RCTI (Rajawali Citra Televisi), yang kemudian diikuti oleh televisi swasta lainnya seperti SCTV (Surya Citra Televisi), TPI (Televisi Pendidikan Indonesia), ANTV (Andalas Televisi), Indosiar, Trans 7, Trans TV, Metro TV, dan Global TV (Morissan, 2018: 3).

Dengan munculnya televisi lokal, variasi dalam pertelevisian di Indonesia semakin bertambah. Deregulasi yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 32 tahun 2002 membawa perubahan besar dalam industri penyiaran Indonesia. Hal ini membuka peluang bagi lahirnya televisi lokal yang berkembang di berbagai daerah di Indonesia (I Made Putra et al., 2022: 51).

Kehadiran stasiun televisi lokal tidak hanya menjadi penting secara strategis untuk menampilkan budaya lokal dan peristiwa di daerah yang mungkin tidak ditangani oleh media nasional, tetapi juga meningkatkan tingkat persaingan di industri penyiaran. Sebagai entitas bisnis, televisi lokal harus bersaing dengan stasiun televisi nasional, televisi berlangganan, dan platform televisi online. Di Palembang, terdapat empat stasiun televisi swasta lokal, yaitu Sky TV, Sriwijaya TV, Palembang TV (PALTV), dan Mos TV (Kamarudin, 2018: 127). Berikut adalah data profil umum keempat stasiun televisi swasta lokal di Palembang.

Tabel 1. Televisi Swasta Lokal di Palembang

No.	Stasiun TV	Awal Siaran	Frekuensi	Nama Perusahaan	TV Jaringan Induk
1.	Palembang TV (PALTV)	9 September 2005	42 UHF	PT. Sumeks Tivi Palembang	Jawa Pos TV
2.	Sky TV Palembang	Januari 2006	44 UHF	PT. Televisi Panji Gemilang Persada Palembang	SindoTV
3.	Sriwijaya TV	15 Juni 2006	48 UHF	PT. Sriwijaya Palembang Televisi	Indonesia Network
4.	MOS TV	1 Juni 2011	52 UHF	PT. Pratama Cipta Digital	Kompas TV

Berdasarkan informasi dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa Palembang TV adalah stasiun televisi swasta lokal pertama yang didirikan di Sumatera Selatan pada 9 September 2005. Ini diikuti oleh Sky TV pada Januari 2006, Sriwijaya TV pada 15 Juni 2006, dan MOS TV pada 1 Juni 2011. Keempat stasiun televisi lokal tersebut merupakan bagian dari jaringan televisi yang lebih besar. Palembang TV berjaringan dengan Jawa Pos TV, Sky TV Palembang berjaringan dengan Sindo TV, Sriwijaya TV berjaringan dengan Indonesia Network, dan MOS TV berjaringan dengan Kompas TV. Dua dari empat stasiun televisi lokal tersebut mengalami pergantian nama, di mana Sky TV Palembang berubah menjadi iNews Palembang dan MOS TV menjadi Kompas TV Palembang dengan frekuensi siaran yang berubah menjadi 60 UHF. Hingga saat ini, Sriwijaya TV dan Palembang TV (PALTV) adalah dua dari empat stasiun televisi lokal yang masih beroperasi di Palembang.

Berdasarkan permasalahan ini, peneliti tertarik untuk mengkaji strategi yang digunakan oleh stasiun televisi lokal untuk bertahan. Dalam penelitian ini, PALTV dipilih sebagai subjek penelitian karena konsistensinya dalam memproduksi dan menyiarkan program-program dengan konten lokal, serta karena PALTV memulai siarannya lebih awal daripada Sriwijaya TV.

PALTV adalah stasiun televisi lokal yang menyiarkan di wilayah Kota Palembang dan sekitarnya. PALTV, yang dapat ditemukan di saluran 42 UHF (khusus Sumatera Selatan), merupakan anggota jaringan Jawa Pos. Berlokasi di Komplek Palembang Square, Jalan Angkatan 45, Lorok Pakjo, Kecamatan Ilir Barat 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan,

PALTV memiliki slogan "memang punyo kito". PALTV menjadi pilihan media bagi masyarakat Kota Palembang dengan program-program yang menampilkan informasi, pendidikan, budaya, dan hiburan yang sehat serta memiliki fungsi kontrol sosial di masyarakat. PALTV merancang program-programnya dengan mempertimbangkan kedekatan dengan masyarakat, melibatkan pemirsa melalui program On Air interaktif (melalui telepon, WhatsApp, dan SMS), dan mengadakan kegiatan Off Air di masyarakat Sumatera Selatan. PALTV fokus pada konten lokal dengan sekitar 70-80% dari program-programnya. Beberapa program menggunakan bahasa Palembang dan beberapa di antaranya disiarkan secara langsung. Selain itu, PALTV juga aktif dalam kegiatan Off Air, terutama pada program-program unggulannya.

Kesuksesan PALTV dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan industri penyiaran yang semakin ketat saat ini tidak lepas dari berbagai strategi yang diterapkan. Tanpa strategi yang matang, stasiun televisi lokal akan kesulitan bertahan di tengah persaingan dengan stasiun televisi swasta nasional dan lokal. Faktor biaya operasional yang besar dan sulitnya mendapatkan iklan lokal menjadi tantangan tersendiri bagi PALTV. Dalam era konvergensi media, di mana masyarakat Palembang beralih ke televisi digital, jangkauan audien TV lokal semakin terbatas. Oleh karena itu, pengelola TV lokal harus berupaya membuat dan menerapkan strategi yang efektif untuk menarik minat pemirsa dan menjaga konsistensi dalam menyiarkan program-program dengan konten lokal. (peramasdino et al., 2019: 287).

Metode

Untuk memperoleh suatu kebenaran dalam suatu penelitian harus menggunakan ilmu dengan cara sistematis untuk menggambarkan, merekap dan mengevaluasi data yang nantinya akan berpengaruh kepada hasil penelitian. Penelitian menggunakan jenis penelitian metode kualitatif. Suatu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan suatu gejala yang telah terjadi, secara alamiah ataupun buatan dari manusia guna untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan adalah pengertian dari penelitian deskriptif. Peneliti memilih informan secara purposive sampling, teknik penentuan sample melalui pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sample dalam suatu populasi yang nantinya akan diteliti dengan syarat representatif. Tujuan penelitian deskritif adalah untuk menyajikan dan menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat yang nantinya akan dapat menjelaskan suatu fakta ataupun sifat populasi dari suatu tempat. Dengan adanya tujuan penelitian ini yaitu untuk dapat mengetahui, mengamati, dan membuat suatu kesimpulan tentang Strategi Komunikasi PALTV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal Di Palembang. Penelitian ini dilakukan di Palembang TV (PALTV) yang terletak di Komplek Palembang Square, Jalan Angkatan 45, Lorok Pakjo, Kecamatan Ilir Barat 1, Kota Palembang Sumatera Selatan

Hasil dan Pembahasan

Melakukan Strategi Program TV

Stasiun televisi tentu identik dengan sebuah program acara. Karena program acara merupakan konten dari media itu sendiri. Sebagaimana yang dikatakan oleh Dimmick dan Rothenbuhler dalam teori ekologi media, salah satu sumber kehidupan media yang utama

adalah konten. Karena konten berkaitan dengan jenis isi media tersebut. Sehingga untuk dapat mempertahankan eksistensinya, media televisi harus memiliki program-program acara yang dapat disiarkan kepada pemirsanya.

1. Melakukan perencanaan program

   Perencanaan program perlu untuk dilakukan agar program yang dibuat nantinya sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sebelumnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Pringle Star, bahwa perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiara untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya (morissan, 2018: 274).

   Perencanaan jangka panjang yakni perencanaan yang dilakukan melalui rapat berskala tahunan, yang biasanya dilakukan disetiap awal tahun. Rapat ini diikuti oleh seluruh devisi program. Sedangkan perencanaan jangka menengah, dilakukan melalui rapat satu bulan sekali. Dan perencanaan jangka pendek dilakukan melalui rapat berskala mingguan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Manager Program PALTV, Juliadi bahwa:

   "Untuk perencanaan jangka panjang, kita mengadakan pertemuan kreatif setiap akhir tahun untuk mendiskusikan program selama 1 tahun kedepan dan memutuskan acara mana yang akan diproduksi, acara mana yang tetap ditayangkan, dan acara mana yang di cut. Sedangkan perencanaan jangka menengah, kita mengadakan pertemuan bulanan untuk membahas target program. Sementara untuk jangka pendek kita mengadakan rapat rutin mingguan untuk mengevaluasi setiap program yang ditayangkan." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023).

   Devisi Program PALTV selain membuat perencanaa program untuk jangka panjang, menengah, dan jangka pendek, juga telah merencanakan program yang disesuaikan dengan moment atau tema tertentu. Sebagaimana yang disampaikan oleh Juliadi bahwa:

   "Kita mempunyai perencanaan program sesuai moment misalnya di tahun depan itu ada ramadhan, ramadhan itu biasanya kita bikin program untuk seputar ramadhan, salah satu program kita dibulan ramadhan ialah anten-anten nunggu buko." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023).

   Jadi perencanaan program PALTV tidak hanya merencanakan mengenai program apa yang akan diproduksi dan penentuan mengenai tema program saja namun juga mempertimbangkan target audien program serta potensi peluang bisnis dari program tersebut. Ada beberapa hal yang dibahas dalam perencanaan program PALTV diantaranya sebagai berikut:

   a. Produk program (product), PALTV merencanakan program yang akan diproduksi, mulai dari konsep program, nama program, dan pengemasan program.
   b. Harga program (price), merencanakan biaya produksi program serta harga yang akan dikenakan pemasang iklan yang akan mempromosikan produk atau jasanya pada program tersebut.

c. Distribusi program (place), dalam pendistribusian program juga direncanakan apakah program tersebut hanya akan ditayangkan di PALTV atay menambah saluran media lain seperti surat kabar dan radio.
d. Promosi program (promotion), yaitu proses bagaimana memberitahu audien mengenai adanya suatu program sehingga mereka tertarik untuk menonton atau mendengarkannya.

Sosial media yang dimiliki PALTV diantaranya: instagram, facebook, dan youtobe. Dari observasi yang dilaukan peneliti pada sosial media yang dimiliki PALTV, PALTV sudah bisa dikatakan cukup berhasil memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan program-program acaranya. Ini dibuktikan dengan banyaknya followers PALTV di Media Sosial instagram ¬dan PALTV memanfaatkan Instagram dan Facebook ini untuk mempromosikan program-program acaranya. Pemanfaatan new media oleh PALTV merupakan salah satu strategi yang tepat dalam mempromosikan dan merebut hati pemirsanya terutama kalangan remaja.

2. Strategi dalam produksi dan pembelian program

Program-program PALTV mayoritas diproduksi sendiri, karena merupakan televisi lokal, program yang dibuat berdasarkan nilai-nilai budaya lokal yang ada di Palembang, sebagaimana yang diungkapkan oleh Juliadi bahwa:

"Sejauh ini karena kita televisi lokal dan harus memproduksi program-program lokal kebanyakan memproduksi program produksi sendiri sesuai dengan nilai-nilai budaya lokal yang ada di Palembang dan sesuai riques klien jadi produksinya dari PALTV ditayangkan untuk PALTV jarang sekali kita produksi dari tempat lain dan kita tidak melakukan pembelian program namun lebih ke kerjasama dengan klien misalnya dengan instansi seperti program talkshow, salah satu program kerjasama kita dengan instansi ialah program Jaksa menyapa." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023).

Program PALTV berkonten lokal inilah yang menjadi salah satu alasan masyarakat menonton PALTV. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Siti Salamah Mengenai alasannya menonton PALTV:

"Karena PALTV merupakan televisi lokal jadi PALTV menayangkan peristiwa yang menarik tentang budaya yang ada di Sumatera Selatan khususnya di Palembang dan program-programnya banyak memberikan hiburan, info terbaru dan berita-berita seputar Sumatera Selatan." (Siti Salamah, wawancara 18 Desember 2023)

Sama halnya dengan yang diungkapkan Siti Salamah, Lala Amalia juga merupakan penonton PALTV mengatakan salah satu alasan menonton PALTV karena menayangkan program lokal:

"Karena programnya beragam mulai dari program yang menghibur dan programnyapun menggunakan bahasa lokal bahasa Palembang seperti studio 42 dan menayangkan berita lokal terupdate seputar Sumatera Selatan seperti program Grebek, liputan metropolis, liputan sumsel dan program lainnya" (Lala Amelia, wawancara 18 Desember 2023)

Menurut Herbert Zettl dalam memproduksi program televisi kata kuncinya adalah ide atau konsep (fachruddin, 2019: 2). Terlihat seperti mudah, tetapi

mengolah sebuah ide atau konsep menjadi suatu program yang menarik bukannya pekerjaan yang gampang. Seperti yang diungkapkan Juliadi:

"Tidak mudah untuk membuat program yang menarik, unggul, jelas, dan menarik perhatian masyarakat. Program-program yang kami hasilkan memerlukan perhatian khusus, segala sesuatu mulai dari konsep, tema, dan naskah dipersiapkan dengan matang sebelum dievaluasi dan kita melihat respon pemirsa." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023).

Menghasilkan sebuah program yang baik dari hasil produksi sendiri tidak mudah, maka dibutuhkan strategi dalam memproduksi suatu program. Adapun beberapa strategi yang dilakukan PALTV dalam memproduksi suatu program sebagaimana yang diungkapkan Juliadi:

"Jadi untuk sebuah program itu kita selalu melaksanakan pra produksi dari rancangan program, rancangan narasumber, dan target-targetnya kita laksanakan di pra produksi jadi setelah pra produksi semuanya telah matang semuanya siap dieksekusi kemudian proses produksi dalam proses produksi adalah penentu dari pra produksi yang telah kita rancang jadi setelah pra produksi kita produksi tayangan itu baik live ataupun record setelah proses produksi selesai kalau live dia kita ke pasca produksinya kita mulai editing ataupun upload ke media sosial kalu untuk taping kita record setelah proses itu kita lakukan untuk editing di pasca produksi setelah semuanya layak baru kita jadwalkan tayang sesuai jadwal yang sudah dibuat. Selain itu kita juga melihat dari minat pemirsa, dan memproduksi program sesuai kebutuhan pemirsanya." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023).

Jadi dalam memproduksi suatu program sangat ditentukan oleh program dan seberapa besar minat yang diberikan pemirsanya terhadap program tersebut dan sejauh mana program tersebut menarik para pemasang iklan serta disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Untuk mengetahui antusias pemirsanya, dilhat dari segmentasi penontonnya. Seperti yang diungkapkan Juliadi:

"Kita melihat antusias pemirsa dari segmentasinya, misalnya segmentasi remaja ada program showtime basketball, segmentasi orangtua ada program cawisan, untuk segmentasi anak-anak ada program taman bermain. Jadi dalam membuat program kita melihat dari segmen usia." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023)

Program PALTV ditujukan untuk semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang tua. Dengan demikian, PALTV mampu membuat program yang memenuhi semua kebutuhan pemirsanya.

3. Menempatkan jadwal program yang sesuai dengan kebiasaan penonton

Eksekusi program meliputi kegiatan menyiarkan program menurut jadwal yang telah ditentukan. Manajer program berkoordinasi dengan departemen traffic untuk menentukan jadwal siaran dan berkonsultasi dengan manajer marketing untuk menyiapkan iklan program. Strategi pemprogramanan yang baik sangat bergantung pada bagaimana menyusun program yang akan disiarkan. Sebagaimana yang diungkapkan Manager Program, Juliadi bahwa:

"Strategi kita dalam menempatkan jadwal program siaran dengan cara dirundingkan terlebih dahulu dengan tim kreatif, sesuaikan dengan segmen pemirsanya, misalnya program yang soft news ataupun program yang dialog kita tayangkan dipagi hari karena pemirsanya

kebanyakan dari ibu-ibu rumah tangga yang butuh asupan-asupan berita yang ringan kalau untuk yang berat prime time hiburan itu kita jadwalkan di sore hari ketika para penonton sudah pulang kerja pengen nonton TV kita jadwalkan program-program yang menghibur itu dijadwal malam ataupun keinginan tahu masyarakat dengan berita-berita update di Palembang seputar Tv kriminal mungkin mereka berkumpul di rumah menonton kita tayangkan agak sedikit malam jadi mereka fokus menonton acara itu." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023)

Jadi strategi penempatan jadwal penayangan program yang dilakukan PALTV berdasarkan pada segmentasi pemirsanya. Selain itu, Sydney membagi waktu siaran menjadi lima bagian, yakni Prime Time, Late Fringe Time, All Other Time, Day Time, dan fringe Time. Karena PALTV setiap harinya hanya siaran 18 jam yaitu dari pukul 06.00-23.00 WIB, maka berikut pembagian jenis program PALTV pada pembagian waktu siaran tersebut:

a. *Prime Time* merupakan waktu siaran yang paling banayk menarik penonton. Jam *Prime Time* di PALTV mulai pukul 19.30 sampai 23.00 WIB. Segmentasi penontonnya pun beragam. Program yang ditempatkan pada *Prime Time* diantaranya adalah Studio 42, Iwak Podcast, Plesiran Mega Wisata, Plesiran Holiday, Kominfo, Grebek, St Basksetball, Shinshe Ming Totok Saraf.
b. *Day Time* merupakan waktu siaran dimana biasanya masyarakat sedang bekerja dan anak-anak sedang sekolah. Segmentasinya lebih ditujukan kepaada anak-anak yang belum sekolah dan Ibu rumah tangga. Jam *Day Time* di PALTV mulai pukul 10.00 sampai pukul 16.30 WIB.program yang ditayangkan pada *Day Time* diantaranya adalah Breaking News, Voa Program, Rakyat Memilih, Tembang Batanghari, Grebek Return, Studio 42, Warung Wak Ebook, Cawisan, Tapak Documenter, Tadabur
c. *Fringe Time* merupakan waktu siaran masyarakat sudah pulang bekerja dan anak-anak telah pulang sekolah. Program yang ditampilkan lebih bersifat santai. *Jam Fringe* Time pada PALTV mulai pukul 16.30 samoai pukul 19.30 WIB. Adapun program pada jam Fringe Time ini diantaranya adalah Studio 42, Liputan Metropolis, Liputan Metropolis Malam, Shinshe Ling, Mustofa.

"Tentu masyarakat ada titik jenuh dan tidak mungkin menonton hanya di satu chanel pasti akan berpindah-pindah chanel. Walaupun harus bersaing dengan televisi nasional kita tetap menempatkan program unggulan di jam Prime Time itu kenapa PALTV untuk mempertahankan penonton kita gunakan hal-hal yang paling dekat dengan pemirsa, dimana strateginya adalah kita berupaya untuk mengangkat kelokalan-kelokalan yang ada di Palembang seperti bahasa dan budaya yang bisa menarik masyarakat untuk menonton konten lokal jika bosen dengan acara nasional." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023)

Jadi, strategi PALTV dalam menempatkan jadwal penayangan selain melihat segmentasi penonton juga dengan cara menempatkan program-program unggulan di Prime Time untuk menarik pemirsanya.

4. Melakukan pengawasan dan evaluasi program

Proses pengawasan dan evakuasi menentukan sejauh mana stasiun, departemen, dan karyawan mencapai atau melaksanakan rencana dan tujuannya. Kegiatan evaluasi rutin untuk setiap individu dan departemen memungkinkan manajer membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang direncanakan. Pengawasan didasarkan pada hasil kerja dan kinerja yang terukur, antara lain Berdasarkan jumlah dan komposisi penonton setiap program serta tingkat penjualan iklan saluran. Seperti yang diungkapkan Juliadi bahwa:

"Kita setiap minggu mengadakan evaluasi untuk evaluasi program, evaluasi konsep maupun evaluasi secara umum mulai dari kualitas, ide atau tema, dari segi tampilan, serta dari isu yang diangkat dan evaluasi itu penting untuk dilakukan terhadap program ketika program itu dirasa peminat penontonnya agak berkurang program itu kita cut atau ketika program itu monoton dan tidak ada respon dari masyarakat maka program itu kita hentikan kita ganti dengan program yang baru makanya biasanya program itu yang banyak peminatnya bertahan lama kalau yang peminatnya sedikit kita cepat ganti dengan program yang lain agar penonton tidak beralih ke program-program lain." (Juliadi, wawancara 18 Desember 2023)

Melakukan Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* dalam Merebut Pasar *Audience*

1. Melakukan segmentasi penonton

Keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolaannya dalam memahami audiennya (khalayak). Sebagai media yang berbasis lokal, PALTV diharapkan mampu membuat program sesuai dengan budaya setempat. Karena itu, penentuan segmentasi penonton perlu dilakukan.

Pemetaan audien PALTV itu sendiri termasuk dalam geodemografis, yang merupakan gabungan dari demografis dan geografis. Mengingat bahwa PALTV merupakan stasiun televisi lokal kota Palembang, maka dalam masyarakat adanya kebutuhan yang sama dalam han informasi mengenai daerahnya sendiri, baik berupa berita, hiburan, kebudayaan, dan sebagainya. Segmentasi audien PALTV dibagi berdasarkan beberapa karakteristik. Pembagian segmentasi penonoton PALTV ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Segmentasi Penonton Berdasrkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Persentase %
Laki-Laki	55
Perempuan	45
Total	**100%**

Tabel 3. Segmentasi Penonton Berdasarkan Usia

Umur	Persentase %
5 - 14 Tahun	10
15 - 19 Tahun	21
20 - 24 Tahun	28
< 24 Tahun	41

Total	**100%**

Tabel 4. Segmentasi penonton berdasarkan status ekonomi sosial (SES)

Status Ekinomi Sosial (SES)	Persentase %
A	5
B	10
C	26
D	39
E	20
Total	**100%**

Tabel diatas menunjukkan, segmentasi penonton PALTV mencakup semua kalangan, hanya persentase dari setiap kalangan berbeda-beda, ada kalangan yang persentasenya tinggi dan ada yang rendah. Segmentasi penonton yang persentase tinggi dianggap kalangan lebih potensial bagi pemasaran program PALTV. Seperti yang diungkapkan Riyan Kusuma bahwa:

"Segmentasi penonton PALTV lebih didominasi oleh kalangan dewasa karena kaum muda lebih tertarik ke media online seperti youtobe, tiktok, instagran, dan lain-lain, selain itu segmen, segmen dewasa ini dianggap lebih potensial dalam hal marketing program dan iklan." (Ryan Kusuma, wawancara 1 november 2023).

2. Memilih target penonton (Targeting)

   PALTV melakukan Penetapan target yang lebih spesifik, yakni pada saat penentapan audien dari sebuah program. Namun, PALTV tidak melakukan targen audien secara umum. Biasanya setiap program ditujukan untuk satu atau beberapa segmen audien tertentu.

3. Membangun persepsi penonton melalui tagline

   Tagline tentu menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena tagline merupakan ciri khas dari suatu media khususnya televisi lokal guna membangun persepsi dimasyarakat. PALTV dari awal berdiri sampai sekarang mempunyai tagline yaitu "memang punyo kito", seperti yang diungkapkan Riyan Kesuma bahwa:

   "Dari awal berdiri PALTV hanya menggunakan tagline Memang punyo kito, belum ada perubahan sama sekali" (Ryan Kusuma, wawancara 14 November 2023).
   Tagline memang punyo kito dipakai PALTV untuk menunjukkan bahwa PALTV merupakan televisi lokal yang memang menjadi ciri khas yang dirancang untuk masyarakat agar masyarakat merasa bahwa PALTV itu memang milik masyarakat Sumatera Selatan khususnya Palembang dan membedakan PALTV dengan televisi lokal lainnya. Karena dari awal siaran belum pernah berubah sama sekali jadi tagline ini sudah dikenal Penonton PALTV. Seperti yang diungkapkan Lala Amelia bahwa:
   "Ya saya tau taglinenya yaitu PALTV memang punyo kito, karena setiap mendengar PALTV selalu teringat memang punyo kito dan dibawah logo PALTV juga ditulis memang punyo kito jadi mudah untuk mengetahui tagline nya." (Lala Amelia, wawancara 22 November 2023).

Melakukan Strategi Pemasaran dalam Memasarkan Program PALTV

PALTV bisa bertahan sampai saat ini tentu salah satunya karena didukung modal yang cukup. Sumber pendapatan PALTV berasal dari pemasukan iklan baik itu pemerintah maupun swasta atau yang disebut non regular dan regular. Seperti yang diungkapkan Manager Marketing PALTV, Sulaiman bahwa:

"Sumber pendapatan kita itu ada 2 katagori petaman reguler pendapatan berupa kerjasama dengan pemerintah dan kedua non reguler pendapatan didapatkan dari program off air seperti kegiatan event-event, iklan dan talkshow." (Sulaiman, wawancra 14 November 2022).

PALTV mempunyai target pendapatan setiap tahun yaitu berjumlah 12 Milliar, seperti yang diungkapkan Sulaiman:

"Untuk target pendapatan kita setiap tahunnya itu 12 Milliar" (Sulaiman, waancara 14 November 2023).

Jadi PALTV dalam memasarkan programnya benar-benar menjual progran yang memang punya konsep yang berbeda dari program yang dimiliki televisi lokal lainnya dan lebih mengedepankan pada kualitas program itu sendiri. Selain itu strategi yang dilakukan PALTV untuk memasarkan programnya adalah dengan mengadakan event-event dan program off air. Seperti yang diungkapkan Sulaiman:

"Kita juga sering mengadakan kegiatan off air, kegiatan yang benar-benar diluar dan berinteraksi langsung dengan masyarakat dengan begitu masyarakat semakin banyak mengenal PALTV." (Sulaiman, waancara 14 November 2023).

Kegiatan off air yang dilakukan PALTV diantaranya Ngeradak Kampung, Event Basket, Seminar di Kampus-Kampus, Kegiatan Kunjungan Mahasiswa dan lain-lain.

Simpulan

Penelitian yang berjudul strategi komunikasi PALTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal di Palembang. Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Pertama PALTV melakukan Strategi program yaitu melakukan perencanaan program diantaranya perencanaan jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek, perencanan program sesuai moment tertentu dan memanfaat media sosial untuk mempromosikan programnya, melakukan strategi dalam produksi dan pembelian program, menempatkan jadwal program yang sesuai dengan kebiasaan penonton, serta melakukan pengawasan dan evaluasi program. Kedua PALTV Melakukan Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Merebut Pasar Audience dengan melakukan segmentasi audien berdasarkan semua kalangan, memilih target penonton sesuai dengan program, dan membangun persepsi masyarakat melalui tagline. Ketiga PALTV Melakukan Strategi Pemasaran dalam Memasarkan Program PALTV yaitu menawarkan kepada pemasang iklan dengan memberikan ratecard, melakukan kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta, mengadakan event-event dan kegiatan off air.

Daftar Pustaka

A, Atika. "Ekologi Media Televisi Publik Berdasarkan Program Informasi Lokal Di Kalimantan Selatan." Jurnal Komunikasi Pembangunan 18, no. 02 (2020).

Al-Amin, Ayub, and Ermic Utami. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Servant Leadership Terhadap Kinerja Pegawai Pada Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia Stasiun …." Borneo Student Research (BSR) 2, no. 2 (2021).

Albyansyah, Muhamad Iqbal, and Mulkan Habibi. "Strategi Program Streetlife Radio Music 107,50 Fm Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar Di Masa Pandemi Covid-19." Jurnal Bincang Komunikasi 1, no. 1 (2023).

Andi, Fachruddin. Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter Dan Teknik Editing. Jakarta: Kencana, 2019.

Arza, Budi, Fakhrur Razi, and Misriana. "Analisis Kualitas Jaringan Puja TV Kabel Di Wilayah Kota Lhokseumawe." Jurnal TEKTRO 5, no. 1 (2021).

Ayuni, Mela Sri, Dion Rifda, Cita Zulviah, and Robby Nurtresna. "The Principle of Legality in the Perspective of Human Rights Asas Legalitas Dalam Persfektif Hak Asasi Manusia." Jurnal Ruang Hukum 1, no. 2 (2023).

David, Djerubu, Kremer Hendri, Mustikarani Innez Karunia, Herdhianata Dhimas, and Ardyanti Dian. Pengantar Ilmu Komunikasi. Sukoharjo Indonesia: Pradina Pustaka, 2022.

Fachruddin, Hidajanto Djamal dan Andi. Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi. Operasional, Dan Regulasi. Cet, Ke-7. Jakarta: Kencana, 2022.

Fajri, Rohmatul, and Yayat Suharyat. "Eksistensi Orang Tua Fil Qur'an Wal Hadits." Student Research Journal 1, no. 1 (2023).

Fauzia, Rahmi, and Perengki Susanto. "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Tindak Lanjut Rekomendasi Hasil Pemeriksaan BPK Pada Kabupaten Pasaman." Jurnal Mirai Management 8, no. 2 (2023).

Felisia, Ayu, and Isna Wijayani. "Eksistensi Tv Lokal Inews Tv Palembang Dan Pal Tv Dalam Pemberitaan Di Era Konvergensi." Jurnal Pustaka Komunikasi 5, no. 2 (2022).

Hermarani, Putu Arina, and Ni Made Ras Amanda Gelgel. "Strategi Bisnis Lembaga Penyiaran Lokal Pt Bali Ranadha Televisi (Bali Tv)." Jurnal Komunikasi Profesional 5, no. 4 (2021).

Huda, Miftahul, Sarinah Sarinah, and Viro Dharma Saputra. "Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar." Journal of Communication Studies 1, no. 2 (2021).

Ingratubun, Adrian. "Strategi Programming Acquisition Dalam Kelancaran Operasional Penyiaran Program Televisi." Jurnal Signal 9, no. 1 (2021).

Kamaruddin. "Manajemen Pers Pada Media Massa Dalam Era Reformasi (Studi Penyampaian Dakwah Islam) Kamaruddin." Jurnal Komunikasi Islam 2, no. 2621–9492 (2018).

Mahendra, Muhammad Ichza, Luluatu Lulu Nayiroh, and Nurkinan. "Strategi Cipta Tv Purwakarta Sebagai Televisi Lokal Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Tengah Pandemi Covid-19 1." Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial 9, no. 8 (2022).

Mardawani. Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Marta, Rustono Farady, Fiolita Desyana, Helena Elmydea Shinta, Timotius Saliman, and Mufid Salim. "Frekuensi Menonton Pemberitaan Televisi Tentang Kematian Akibat COVID-19 Berkontribusi Pada Kecemasan Mahasiswa Di Kota Tangerang." Jurnal Komunikasi Pembangunan 20, no. 01 (2022).

Morissan. Jurnalistik Televisi Mutakhir. Cet, Ke-3. Jakarta: Kencana, 2018.

Morissan. Managemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Cet, Ke-6. Jakarta: Kencana, 2018.

Muhammad Randicha Hamandia. "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Rri Palembang." J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam 3, no. 1 (2022).

Mulyana, Agung Putra, and Muhammad Irfan Djamzuri. "Teknologi Tokopedia Play Live Shooping Dalam Perspektif Ekologi Media Konvergensi." JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan) 6, no. 3 (2022).

Pratiwi, N I, NMOS Rossitha, and ... "Ekologi Media Oleh Radio Republik Indonesia (Rri) Denpasar Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi." Jurnal Ilmu … 8, no. 1 (2023).

Prayoga, Muhammad Dey, and Elly Nur Agustin. "Transpormasi Strategi Media Televisi Lokal JTV Surabaya di Era Digitalisasi Konvergensi Media." Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi 03, no. 03 (2023).

Rahayu, Tresna Yumiana, and Kartini Rosmalah Dewi Katili. "Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya." Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya) 4, no. 1 (2019).

Ritonga, Zuriani. Buku Ajar Managemen Strategi (Teori Dan Aplikasi). Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Rosyidah, Masayu, and Fijra Rafiqa. Metode Penelitian. Yogyakarta: Deepublish, 2021.

Saulia, Nur Afni. "Strategi Program I-Radio Makassar Dalam Meningkatkan Minat Pendengar." Respon Jurnal Ilmu Komunikasi 5, no. 3 (2020).

Setiawan, Yasha Langitta, Januardi Nasir, Yumi Ariyati, Tommy Dwi, Universitas Ekasakti Padang, Universitas Nadhatul, Ulama Sumatera, and Sumatera Barat. "Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital" 8, no. 1 (2023).

Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods). Edisi 2. Bandung: Alfabeta, 2020.

Sugiono. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&B. Bandung: Alfabeta, 2018.

Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Konstruktif. Bandung: Alfabeta, 2020.

Sulistiyo, Urip. Metode Penelitian Kualitatif. Jambi: PT Salim Media Indonesia, 2023.

Suryantara, I Made Putra, Fatmah Hariani, and Lalu Ahmad Rahmat. "Strategi Lombok Tv Dalam Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal di Mataram." Widya Sandhi: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya 13, no. 1 (2022).

Syafri, Peramasdino, and Sri Tunggul Pannindriya. "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, no. 3 (2019).

Syarifuddin. Buku Ajar Kearifan Lokal Daerah Sumatera Selatan. Palembang: Bening Media Publishing, 2022.

Tamrin, Andi. "Eksistensi Lpp Rri Mataram Berdasarkan Teori Niche." ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 10, no. 2 (2019).

Winardi, Endang Widi. Teori Dan Praktik: Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D. Cet-1. Jakarta: Bumi Askara, 2021.

Zahida Muhtadia Billah, Reni Nuraeni. "Strategi Televisi Lokal Dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Deskriptif Pada Televisi Lokal Radar TV Tasikmalaya)" 8, no. 1 (2021).

Zaid, Hanif, Yudi Sudiana, and Raja Satria Wibawa. Teori Komunikasi Dalam Praktik. Purwokerto Barat: Zahira Media Publisher, 2021.

Zubaidi, Ali Akbar. "Perencanaan Industri Media Televisi Islam." Komunike 12, no. 2 (2020).