

MANAJEMEN PEMBERITAAN *MULTIPLATFORM*
PUBLIK KHATULISTIWA TELEVISI (PKTV)
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI TV LOKAL



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh

ANISA MARSELINA

16321161

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2021

MANAJEMEN PEMBERITAAN *MULTIPLATFORM*
PUBLIK KHATULISTIWA TELEVISI (PKTV)
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI TV LOKAL



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh

ANISA MARSELINA

16321161

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2021

Skripsi

**MANAJEMEN PEMBERITAAN *MULTIPLATFORM*
PUBLIK KHATULISTIWA TELEVISI (PKTV)
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI TV LOKAL**

Disusun oleh
ANISA MARSELINA
16321161

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

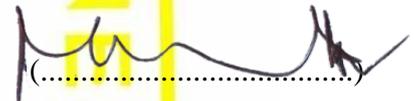
Tanggal: 17 Maret 2021

Dewan Penguji:

1. Ketua : Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0523098701



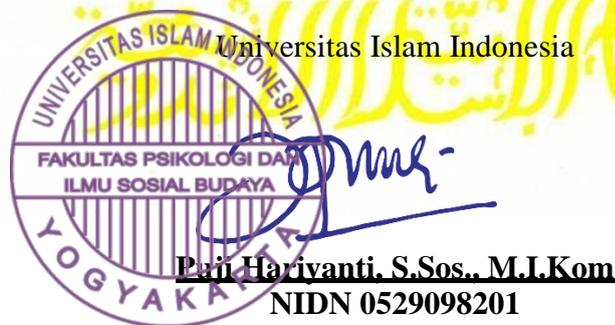
2. Anggota : Dr. Rer. Soc. Masduki, M.Si
NIDN 0511047202



Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Yogyakarta



Pati Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0529098201

HALAMAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Anisa Marselina

Nomor Mahasiswa : 16321161

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi saya merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang diterapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 12 Mei 2021

Yang menyatakan,


Anisa Marselina
16321161

Saya persembahkan Tugas Akhir ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua Bapak Eddy dan Mami Supadmi atas segala dukungan baik doa dan materi yang telah diberikan selama proses perguruan tinggi ini.
2. Kepada Anisa Marselina, diri sendiri yang sudah mau berjuang sampai sekarang dan bertahan dalam mengerjakan Tugas Akhir.
3. Keempat saudara, ipar-ipar, dan enam keponakan yang senantiasa memberikan semangat dalam melakukan penulisan skripsi
4. Sahabat-sahabat dan juga teman-teman yang telah memberikan dukungan secara tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.



HALAMAN MOTTO

“Dunia terlalu luas untuk kamu penuhi dahaganya, pilih siapa yang mau kamu bahagiakan”

(Marchella FP, NKCHTI)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah Swt, yang telah memberikan rahmat serta hidayah Nya dan hanya kepada Nya kita berserah diri. Dan juga Sholawat serta salam yang dihaturkan oleh nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaat.

Tugas Akhir ini penulis tulis sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program studi Strata satu Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Tugas akhir ini berbentuk skripsi dengan judul skrip yaitu Manajemen Pembertaan *Multiplatform* Publik Khatulistiwa (PKTV) Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Sebagai TV Lokal dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Dalam proses penyusunan skripsi atau Tugas Akhir penulis menyadari terdapat banyak pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan, doa, memberikan semangat dan juga motivasi yang tentu nya diperlukan oleh penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat yang telah diberikan dan kekuatan dalam menghadapi kesulitan dan kemudahan yang didapatkan dalam penyusunan tugas akhir.
2. Dosen pembimbing yaitu mba Ida Nuraini Dewi K.N, S.I.Kom.,MA yang telah selalu memberikan arahan, saran, bimbingan, dukungan, semangat dalam proses penyelesaian skripsi.
3. Para Dosen yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan, Karyawan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya dan juga *staff* prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam proses perkuliaan.
4. Orang tua tercinta, Bapak Eddy dan Mami Supadmi terimakasih atas seluruh doa yang diberikan dan dukungan selama proses kuliah berlangsung.
5. Kepada Anisa Marselina, diri sendiri yang sudah mau bertahan hingga saat ini dan konsisten meunulis Tugas Akhir.
6. Kepada pihak Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV) Bontang, terimakasih karena telah mengizinkan penulis meneliti siklus berjalannya pemberitaan.
7. Keempat Saudara dan ipar-ipar, serta enam keponakan yang memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan tugas akhir.

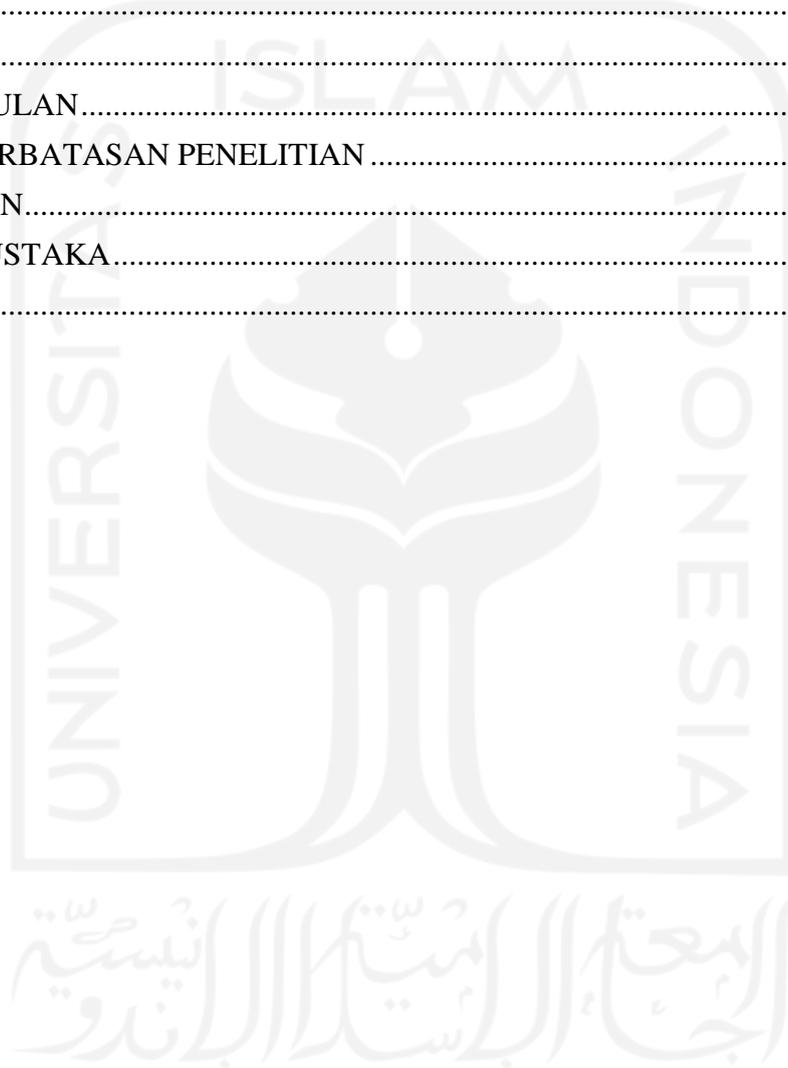
8. Sahabat-sahabat Pertalid yaitu, Madin, Arifan, Shadira, dan Orchita yang selama ini sudah menjadi saudara dan penyemangat saya di Yogyakarta.
9. Sahabat-sahabat tercinta yang telah memberikan motivasi serta dukungan dalam proses pembuatan skripsi alvi, izzani, akbar, deryan, popo, dio, ina, dan banyak lagi.
10. Kepada Mukhamad Gozali, terimakasih sudah menemani penulis selama proses penggarapan Tugas Akhir hampir setiap hari.
11. Kepada Muhammad Azmi, terimakasih telah menjadi sahabat yang senantiasa membantu dalam pengerjaan skripsi.
12. Kepada seluruh anggota Komunitas Borneo Malenggang (KBM) terimakasih sudah menjadi bagian paling penting penulis di masa perkuliahan.
13. Teman-teman seperbimbingan yang secara tidak langsung memberikan semangat untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
14. Teman-teman ilmu komunikasi 2016 yang memberikan motivasi secara tidak langsung.
15. Narasumber-narasumber PKTV yang telah meluangkan waktu nya dan berpartisipasi dalam penyusunan penelitian ini.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tugas akhir yang telah disusun ini terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan yang tidak disengaja sehingga dapat menyinggung perasaan dari lain pihak. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. *Wassalamu'alaikum wr.wb*

DAFTAR ISI

MANAJEMEN PEMBERITAAN <i>MULTIPLATFORM</i> PUBLIK KHATULISTIWA TELEVISI (PKTV) DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI TV LOKAL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Tinjauan Pustaka.....	3
1. Penelitian Terdahulu	3
2. LandasannTeori	8
F. Metode Penelitian	15
1. Paradigma Penelitian	16
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	16
3. Teknik Pengumpulan Data.....	16
4. Teknik Analisis Data.....	17
BAB II	18
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	18
A. Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV)	18
1. Profil Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV).....	18
B. Program Berita PKTV	19
C. Struktur Organisasi	22
BAB III.....	23
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	23
A. Temuan	23
1. Televisi.....	23

2. Website dan YouTube.....	29
3. Sosial Media (Facebook, Instagram, dan Twitter).....	37
B. Pembahasan	43
1. Perencanaan Awal.....	45
2. Pelaksanaan Penyebaran Berita	47
3. Pengawasan & Evaluasi	52
4. Analisis SWOT pada manajemen <i>Multiplatform</i> PKTV dalam Mempertahankan Eksistensinya	53
BAB IV	57
PENUTUP	57
A. SIMPULAN.....	57
B. KETERBATASAN PENELITIAN	59
C. SARAN.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Menu Topik Berita Website PKTV	32
Gambar 3.2 Postingan Berita di Situs Web PKTV	33
Gambar 3.3 Tampilan Playlist YouTube PKTV	35
Gambar 3.4 Streaming Konten Pendidikan YouTube PKTV	35
Gambar 3.5 Video Berita dalam Akun YouTube PKTV	35
Gambar 3.6 Tampilan Berita Daerah pada Akun Instagram PKTV	41
Gambar 3.7 Tampilan Berita Daerah pada Akun Facebook PKTV	42



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Narasumber	16
Tabel 2.1 Program Siaran PKTV	20
Tabel 3.1 Program Siaran PKTV	26



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT Khatulistiwa Media	22
Bagan 3.1 Tahap Produksi Berita PKTV.....	44



ABSTRAK

**Manajemen Pemberitaan *Multiplatform* Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV) Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai TV Lokal. (Skripsi Sarjana).
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia.**

Konvergensi media kini telah merubah televisi menjadi digital yang bisa dilihat kapanpun dan di manapun tanpa harus menunggu jam tayang. Hal ini membuat PKTV memutar otak untuk terus bertahan dan tidak terpaku pada satu platform berita saja. PKTV adalah lembaga penyiaran publik lokal swasta yang mengembankan ranahnya di bidang platform online seperti Website, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Penyaluran informasi lokal disesuaikan dengan tugasnya sebagai lembaga penyiaran publik yang edukatif, informatif, dan menghibur.

Penelitian ini mencari tahu bagaimana manajemen pemberitaan *multiplatform* yang digunakan oleh PKTV dalam menyajikan berita di berbagai wadah informasi daring. Mencari tahu bagaimana upaya PKTV dalam mempertahankan eksistensinya dari berbagai aspek. Kemudian juga melihat faktor pendorong dan penghambat apa saja yang hadir selama proses upaya menjaga kiprahnya sebagai TV lokal. Melihat bagaimana pengaplikasian media online pada manajemen redaksinya. Studi ini metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Dengan cara mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi pustaka.

Hasil yang ditemukan ialah manajemen redaksi yang dilakukan PKTV untuk menyebarkan berita daerah menggunakan penerapan POAC yang tidak jauh berbeda pada platform TV dan platform online. Bisa dikatakan bahwa penerapan konten pada platform online mengikuti ritme berita pada platform TV. Perbedaan terletak pada penyebaran berita dan beberapa pelaksanaan yang harus menyesuaikan media online yang digunakan berdasarkan formatnya. Pada penyebaran berita juga menggunakan tiga kecakapan jurnalisisme online guna menyesuaikan diri di era konvergensi media. Sejauh ini hambatan yang dimiliki PKTV ialah kekurangan sumber daya kerja, keterbatasan finansial, dan kesenjangan *skill* pada beberapa jurnalisnya.

Kata kunci: *Multiplatform*, konvergensi, TV lokal, POAC, manajemen redaksi.

ABSTRACT

The Management of Khatulistiwa Televisi (PKTV) Public Multiplatform Coverage in an Effort to Maintain Its Existence as Local TV. (undergraduate thesis) Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Culture, Islamic University of Indonesia.

The convergence of media has now turned into digital television which can be seen anytime and anywhere without having to wait for broadcast time. This made PKTV rack our brains to stay afloat and not be fixated on just one news platform. PKTV is a private local public broadcasting institution that develops its domain in the field of online platforms such as Websites, YouTube, Instagram, Facebook, and Twitter. Unbeatable distribution of local information with its duties as an educational, informative, and entertaining public broadcasting institution.

This study seeks to find out how the multiplatform news management used by PKTV in presenting news in various online information platforms. Looking to find out how powerful PKTV is in maintaining its existence from various aspects. Then also look at the driving and inhibiting factors that are present during the process of trying to maintain its role as a local TV station. See how online media is applied to editorial management. This study is a descriptive qualitative method with a constructivism paradigm. By collecting data through in-depth interviews, field observations, and literature study.

The results found were editorial management carried out by PKTV to disseminate regional news using the POAC application which is not much different on the TV platform and online platform. It can be said that the application of content on the online platform follows the rhythm of the news on the TV platform. The difference is seen in the dissemination of news and several implementations that have to adjust the online media used based on the format. In news dissemination, it also uses three online journalism skills to adjust to the era of media convergence. So far, the obstacles PKTV have are lack of work resources, financial limitations, and skill gaps in some of its journalists.

Keywords: Multiplatform, convergence, local TV, POAC, editorial management.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lahirnya industri televisi di Indonesia diawali pada masa reformasi 1998. Pada masa itu berbagai pihak berlomba-lomba untuk membangun media alternatif dengan bekal demokratis pada bidang penyiaran. Hal ini dikarenakan media-media nasional hanya berpusat sumber dari Jakarta pada saat itu dengan optimasi masyarakat sebagai konsumen. Hal ini yang membuat lahirnya inisiatif dari berbagai daerah untuk membangun lembaga penyiaran lokal, baik itu komersial, komunitas, serta publik.

Kiprah televisi lokal mencapai puncak ketika UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 yang diadakan tepat pada tanggal 28 November 2002. Alasan dibentuknya UU ini adalah untuk menemukan solusi mengurangi dominasi media yang bersumber pada pusat. UU penyiaran ini menyinggung tentang hukum atas lembaga penyiaran publik lokal, lembaga komunitas, dan lembaga penyiaran publik. Bahkan penyiaran televisi swasta dibatasi karena diwajibkan untuk menjalin jaringan dengan televisi lokal, ini tertulis di UU penyiaran pasal 30.

Namun perkembangan produksi televisi lokal dikhawatirkan tidak bisa menyaingi kualitas televisi nasional. Ditambah dengan sumber daya pekerja profesional yang sangat minim. Bukan hanya itu, selain khalayak lebih tertarik kepada media nasional, televisi saat ini juga sudah mulai ditinggalkan lantaran segala informasi bisa didapat hanya dalam waktu singkat di era digital seperti saat ini. Hal ini dikarenakan konten dan waktu penyiaran yang terbatas pada televisi yang membuat konsumen lebih condong kepada *gadget*.

Saat ini bila ingin mencari informasi, mendengar radio, menonton TV, mengirim pesan telah dimudahkan dengan adanya *gadget*. Hal ini adalah penggabungan berbagai teknologi yang disatukan dalam satu jenis media disebut konvergensi media. Kemudian di dalam Konvergensi media juga terdapat banyak platform (*multiplatform*) yang mengandung sumber-sumber informasi. Tidak bisa dipungkiri kehadiran internet juga identik dengan konvergensi media dan mendukung hadirnya konten dari platform - platform tersebut dengan waktu yang sangat singkat.

Maka tidak heran bila masyarakat lebih memilih jalan pintas atau praktis dalam mencari berita sesuai yang mereka inginkan. Keterbatasan konten dan waktu membuat TV lokal tertinggal jauh. Dalam hal ini TV lokal butuh menyusun manajemen untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran. Dengan adanya konvergensi media dapat dimanfaatkan penyajian berita melalui *multiplatform*.

Salah satunya PKTV (Publik Khatulistiwa TV). Televisi lokal yang menyajikan informasi khusus di daerah Bontang, Kalimantan Timur dan sekitarnya. PKTV yang mulai mengudara pada tahun 1998 ini juga menyajikan kontennya di media televisi. Selain televisi, PKTV juga memiliki beberapa manajemen untuk mengakses berita seperti yang dijelaskan di atas. Salah satu faktor yang dihadapi PKTV adalah konvergensi media. Sebagai TV lokal, PKTV sudah jelas hanya menggunakan satu media dengan menyajikan berita biasa dan terbatas waktunya. Selain itu PKTV semakin mengalami kesulitan dalam mendapatkan pemasukan yang hanya melalui TV. Setelah kesadaran arus industri penyiaran berita mulai keras, PKTV mulai melebarkan sayapnya melalui beberapa platform juga dengan menggunakan sosial media yang ada di internet. Tujuan utama tentu untuk memperluas peluang pendapatan dari *multiplatform*. Proses ini sampai sekarang masih berjalan dan mulai stabil serta banyak dikenal khalayak.

Beberapa platform yang digunakan adalah Website, YouTube, Instagram, Twitter, Facebook. Tujuannya agar memudahkan khalayak dalam mencari informasi yang dituju berdasarkan platform yang dimiliki. TV yang merupakan anggota jaringan Berita Satu ini juga menyajikan tampilan responsif dalam upaya mendekatkan diri kepada masyarakat, melalui ragam informasi yang yang bisa diakses kapanpun dan di manapun. Hal ini adalah manajemen manajemen yang dilakukan PKTV untuk terus bertahan sebagai TV lokal.

PKTV lebih mengutamakan media sosial untuk mengedarkan berita sedangkan televisi hanya untuk berita padat. Seperti penjelasan di atas, batasan waktu dalam siaran televisi membuat PKTV bekerja lebih kreatif dalam menyajikan berita. PKTV menggunakan sosial media untuk menyajikan berita yang ringan dan ter-update sehingga TV menjadi “nomor dua”. Menurut Bu Maya, selaku admin PKTV, di era teknologi digital seperti sekarang sudah harus bisa survive dengan memanfaatkan semua platform yang ada.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana manajemen pemberitaan *multiplatform* Publik Khatulistiwa TV (PKTV) dalam upaya memperyahankan eksistensinya?
2. Apa saja faktor penghambat serta pendorong berjalannya manajemen pemberitaan PKTV dalam penggunaan berbagai platform seperti televis, Website, dan sosial media lainnya?

C. Tujuan Penelitian

Guna mengetahui manajemen proses berjalannya pemberitaan *multiplatform* PKTV untuk bertahan menjadi televisi lokal di tengah canggihnya teknologi saat ini. Melihat bagaimana pembagian sosial media yang diutamakan untuk menjadi sumber berita tercepat. Serta mencari tahu terkait faktor pendorong dan penghambat berjalannya proses pemberitaan *multiplatform*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini menunjukkan cara praktis dalam bekerja, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Menjelaskan cara bertahan di era konvergensi media sebagai sumber informasi lokal.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama berjudul Keberadaan TV Lokal di Era Digitalisasi yang ditulis oleh Qoute Nuraini Cahyaningrum, membahas mengenai keadaan stasiun televisi di Indonesia saat ini yang memasuki era digital dengan prinsip penerapannya berpaperubahan dari sistem analog ke sistem digital, menyebabkan segala sesuatunya mulai dari produksi, perekaman, penyuntingan serta penyimpanan menjadi lebih efektif. Penerapan sistem digitalisasi ini menghadirkan pro dan kontradikarenakan penerapannya yang tidak mudah, sebab harus siap dari segi SDM dan sumber daya keuangan stasiun televisi itu sendiri.

Teori yang digunakan ialah era konvergensi media, yang menjelaskan bahwa konvergensi media tidak hanya terjadi pada pergeseran pada teknologi atau proses teknologinya, tetapi juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya serta sosial yang mendorong konsumen untuk mencari beragam informasi baru. Konvergensi media menurut Jenkins, melihat bagaimana seorang individu berinteraksi dengan orang lain dalam dunia sosial dan menggunakan beragam platform media untuk menciptakan pengalaman baru. Konvergensi media menyatukan 3C (*Computing, Communication, Conten*). Jenkins juga mengatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan yang terjadi dalam masyarakat. Metode yang digunakan ialah

deskriptif kualitatif dengan mendeskripsikan secara rinci dengan kata-kata mengenai problema yang terjadi, serta bagaimana sejarah pertelevisian di Indonesia termasuk televisi lokal hadir karena adanya otonomi daerah dan diperkuat dalam UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini ialah megacu pada televisi analog yang merubah menjadi digital. Namun karena ini TV lokal, maka dari segi dana, SDM, serta keahlian yang terbatas proses konvergensi tidak selalu berjalan mulus seperti media televisi nasional lainnya. Penelitian ini juga menggunakan teori konvergensi yang berarti menyatukan berbagai media yang berbeda menjadi satu kesatuan dalam bentuk yang lebih sederhana, mudah, dan efektif. Hal ini yang mengundang khalayak menjadi tertarik kepada media baru.

Penelitian kedua berjudul Konvergensi Media dan Perubahan dalam Manajemen SDM Media oleh Choky Rais Bawapratama mengangkat isu mengenai kemajuan teknologi menyebabkan prosedur dan peralatan baru yang ada harus dipelajari kembali oleh para penggunanya, menyebabkan media massa saat ini memutuskan untuk tetap mempertahankan bentuk asli (konvensionalnya) tetapi memiliki platform yang berbeda, inilah yang disebut dengan konvergensi media. Hal itu pula yang terjadi pada media massa cetak Solopos, kemudian memengaruhi pola serta kerja bidang redaksi dari SDM Solopos tersebut.

Teori yang digunakan ialah konvergensi media yang diungkapkan oleh Supriyanto dan Yusuf, menurut mereka perubahan teknologi yang cepat secara perlahan tapi pasti akan membawa perubahan dalam praktik-praktik jurnalisme. Meskipun prinsip dasar jurnalisme seperti akurat, objektif, seimbang, dan tidak memihak, selalu menjadi pegangan bagi pekerja industri media, tetapi perubahan dalam teknik mencari berita tak akan terhindarkan. Media masa depan yang telah terintegrasi satu sama lainnya membutuhkan pekerja media yang juga memiliki kemampuan terintegrasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan

kajian penelitian analisis deskriptif yang bertujuan untuk mempelajari latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada satuan sosial.

Peneliti melakukan penelitiannya pada media online Harian Solopos yaitu Solopos.com dengan enam orang narasumber yang terdiri dari manajer SDM Solopos, pengelola Solopos.com, redaktur Solopos.com, wartawan Solopos, dan dua orang reporter Solopos.com. Hasilnya adalah internet menyebabkan kemunculan konvergensi media, yang mana disatu sisi hal tersebut menjadi

peluang bagi media namun disisi lain menjadi ancaman karena munculnya beberapa kendala pada Harian Solopos dan Solopos.com. Contoh, rendahnya kualitas infrastruktur berita harian Soloposgrup, kemudian konsep satu *newsroom* yang digunakan masih bergantung pada berita harian Solopos.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini ialah mengemas sebuah program atau konten yang berbeda dan menarik dari media lama. Bagaimana cara industri televisi mempertahankan konten dengan mengguakan peralatan teknologi yang menunjang konvergensi teknologi serta mempelajarinya. Selain itu juga jurnalis yang bertugas tetap mempertahankan kaidah jurnalistik, walapun penggunaan internet dinilai cepat namun kualitas dan nilai keaslian berita tetap dijunjung tinggi. Serta manajemen redaksi yang digunakan juga mengikuti ritme satu media.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Yantos dengan judul Peranan Lembaga Penyiaran Publik Lokal dalam Mendukung Pemerintah Daerah, mengangkat isu bahwa guna mendukung penyelenggaraan otonomi daerah, diperlukan media massa yang menjadi sumber informasi utama bagi pemerintah daerah dalam memberikan beragam informasi terkait dengan program pembangunan pemerintah daerah kepada masyarakat. Teori yang digunakan yakni, pertama teori kongruensi Osgood yang menjelaskan bahwa ketika sebuah perubahan terjadi, pasti selalu menuju kongruensi yang lebih besar dengan semantik yang merupakan metode untuk mengukur makna konotatif. Model Osgood menjelaskan seberapa besar P (seseorang) menyukai S (sumber) dan O (objek), akan menentukan apakah terdapat keadaan kongruensi atau konsistensi.

Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan menjelaskan mulai dari pelaksanaan otonomi daerah, didukung oleh tugas dari keberadaan tv lokal disuatu daerah, teori yang digunakan hingga pembahasan penelitian. Hasil yang diperoleh ialah keberadaan televisi dan radio lokal menjadi pusat informasi komunikasi untuk layanan pemerintah daerah kepada masyarakat, pengelolaan informasi daerah yang akurat, sehingga masyarakat mendapat informasi program pembangunan daerah yang sedang dilakukan, sehingga akan mewujudkan *good govermence*, serta pelayanan kepada masyarakat akan diberikan lebih baik.

Persamaan sumber di atas dengan penelitian ini sendiri ialah membahas tentang kebebasan dan kebijakan lembaga penyiaran lokal dalam menyajikan informasi daerah. Dalam hal ini peneliti membahas bagaimana PKTV

mempertahankan ciri khas budaya lokal dan informasi lokal serta memberikan ruang bagi komunitas-komunitas Kota Bontang untuk bersuara. Hal ini dilakukan karena informasi lokal jarang terjamah oleh media umum nasional maupun swasta. Maka dari itu PKTV mengupayakan untuk terus memenuhi kebutuhan informasi lokal bagi khalayak yang membutuhkannya.

Penelitian keempat dari Rizki Hidayat dengan judul Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media), mengangkat isu bahwa media penyiaran baik radio maupun televisi merupakan media penyiaran penting dalam komunikasi massa, terlebih dengan adanya perkembangan teknologi, sehingga kesuksesan dari media penyiaran dalam memanfaatkan teknologi yang ada bergantung pada kualitas SDM yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan teori ekologi media oleh McLuhan, dengan kesimpulan bahwa khalayak tidak pasif dan terpisah secara demografi, faktanya, khalayak aktif dan mampu menyesuaikan diri. Teori ini berpusat pada prinsip bahwa masyarakat tidak bisa melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan manusia. Teori kedua yang digunakan ialah konvergensi media, merupakan saluran bagi beragam informasi. Dijelaskan juga bahwa produk-produk layanan terintegrasi kedalam suatu perangkat digital, ditunjukkan dengan fenomena *smart tv* yang merupakan gabungan dari tv, internet, *handphone* dan digital kamera.

Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan kajian analisis manajemen penyiaran. Rizki Hidayat menjelaskan manajemen media kemudian konsep *global village*, perkembangan teknologi informasi, ekologi media, dan barulah pembahasan mengenai analisis manajemen penyiaran di era teknologi informasi (konvergensi media). Hasil yang diperoleh ialah dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di era digital ini dengan memanfaatkan internet, mengakibatkan munculnya konvergensi media pada media massa. Internet menyatukan beragam jenis media menjadi satu saluran tunggal, hal ini mempengaruhi perusahaan media untuk mengatur institusi mereka agar tidak kehilangan konsumen.

Kesamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah membahas tentang manajemen media pada era konvergensi teknologi. Mencari tahu tentang fenomena digitalisasi TV dan bagaimana penerapan konvergensi pada manajemen

redaksinya sebagai sarana media massa. Tidak hanya itu peneliti juga membahas tentang hal yang dilakukan oleh industri televisi agar tidak kehilangan konsumen.

Penelitian kelima adalah skripsi berjudul Manajemen Redaksional Program Berita Lokal pada STV Bandung dan Bandung TV oleh Muhammad Kukuh Adiguna, dengan mengangkat tentang bagaimana manajemen redaksional dari dua televisi lokal di Bandung yakni STV Bandung dan Bandung TV, yang juga bersaing dengan menggunakan program berita didalamnya sebagai andalan masing-masing stasiun. Teori yang digunakan adalah program berita, terbagi menjadi dua jenis yakni *hard news* atau informasi penting juga menarik yang harus segera diterbitkan ke masyarakat, dan *soft news* atau informasi-informasi penting juga menarik yang tidak harus segera disajikan kepada masyarakat. Selain itu ada juga jenis program berita *investigative report* atau berita eksklusif.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, serta paradigma konstruktivisme. Peneliti dalam mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara pada subjek penelitian. Hasil yang diperoleh adalah kedua stasiun televisi tersebut memiliki manajemen redaksional yang berbeda, terletak pada bagaimana kedua stasiun televisi tersebut menerapkan fungsi-fungsi manajemen serta strategi yang digunakan dalam mengadopsi isu-isu lokal. Serta menggunakan manajemen pada media digitalnya.

Persamaan kelima penelitian di atas dengan penelitian ini ialah membahas tentang manajemen TV lokal dan proses redaksi yang dijalankan untuk tetap mempertahankan perannya sebagai sumber informasi daerah lokal tersebut. Dengan menggunakan teori manajemen redaksi yang membahas dari mulai perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, serta evaluasi yang dijalankan tv lokal. Kemudian teori konvergensi media yang menjelaskan tentang penyatuan berbagai media lama yang bergabung menjadi satu berkat kehadiran internet. Hal inilah yang merefleksikan pemberitaan *multiplatform* PKTV serupa dengan penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi.

Penelitian di atas juga menjelaskan bahwa manajemen redaksi yang digunakan pada media televisi juga tidak jauh berbeda dengan media online yang digunakan. Hal ini dikarenakan konten atau isi dari berita yang ditampilkan pada media online mengikuti ritme berita televisi. Media online adalah sarana penyebaran berita yang dinilai lebih cepat dan mudah diakses. Maka dari itu

industri televisi khususnya PKTV kini mulai menggunakan media online demi mempertahankan penyajian berita yang diproduksi untuk khalayak Kota Bontang.

2 Landasan Teori

a. Manajemen Pemberitaan

Menurut Wayne Mondy, manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian pemberian pengaruh dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan SDM dan materi (Morissan, 2008:136). Berdasarkan pengertian diatas, terdapat empat fungsi utama manajemen, diantaranya: fungsi perencanaan (*planning*) yang merupakan tahapan pertama dari suatu institusi untuk menentukan rencana serta strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tahapan ini merupakan proses penentuan mulai dari apa, siapa, kapan serta bagaimana cara untuk melaksanakan suatu kegiatan.

Perencanaan yang baik ialah dengan menentukan visi misi dari institusi terlebih dahulu untuk mencapai tujuan atau hasil akhir, sehingga media penyiaran harus menyesuaikan tujuan mereka dengan visi misi yang diusung. Menurut Morissan (2008: 143) perencanaan merupakan suatu proses yang tidak berakhir, jika sebuah rencana telah ditetapkan, maka harus diimplementasikan. Selama melakukan implementasi serta pengawasan, sebuah rencana bisa saja memerlukan modifikasi agar tetap berguna, hal ini disebut dengan perencanaan kembali. Oleh karenanya, suatu perencanaan harus mempertimbangkan fleksibilitas agar dapat disesuaikan dengan situasi serta kondisi baru.

Kedua, fungsi pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses dimana institusi membuat struktur organisasi beserta tugas dan fungsinya, yang harus disesuaikan dengan tujuan serta sumber daya yang tersedia. Ada dua hal penting dalam penyusunan struktur organisasi, pertama departementalisasi atau proses pengelompokan kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Kedua, pembagian kerja yang merupakan pemerincian atas tugas pekerjaan agar setiap individu dalam institusi bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas-tugasnya (Morissan, 2008: 150).

Menurut Morissan (2008: 156) pada umumnya, struktur organisasi dari suatu media penyiaran (komersil dan non komersil) terdiri dari: jika struktur organisasi penyiaran kecil maka akan terdiri atas manajer umum, bidang teknik, bidang

program (pemberitaan dan produksi), bidang pemasaran, serta bidang administrasi. Sedangkan struktur organisasi media penyiaran besar terdiri atas 11 manajer umum, bidang teknik (staf teknik, dan pemeliharaan), bidang program, bidang pemberitaan (reporter, editor, dan writer), bidang produksi (sutradara, produser, dan staf produksi), bidang pemasaran (staf pemasaran, dan promosi) serta bidang administrasi. Keberhasilan seorang manajer umum tergantung pada kemampuannya dalam memilih SDM yang tepat untuk menduduki posisi yang ada dalam struktur organisasi yang dibuat.

Ketiga, fungsi pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing / influencing*) merupakan proses ke tiga dalam manajemen berupa suatu usaha untuk merangsang karyawan agar melaksanakan tugas mereka secara baik. Terdapat beberapa kegiatan penting dalam tahapan ini diantaranya pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan (Morrisan, 2008: 162). Motivasi merupakan suatu cara yang harus dilakukan oleh seorang manajer media terhadap karyawannya, agar karyawan memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap perusahaan. Motivasi dapat berupa pemenuhan kebutuhan karyawan seperti pemberian kompensasi, pujian terhadap prestasi karyawan, dan lain sebagainya.

Selanjutnya, komunikasi adalah cara efektif yang dapat digunakan manajer umum untuk menyampaikan tujuan serta rencana dari institusi mereka kepada karyawan, agar mereka dapat berkontribusi dengan baik kepada perusahaan tempat mereka bekerja. Maka dari itu, perlu dibangun komunikasi yang baik dan efektif dari atasan dan bawahan (*downward flow of communication*), serta pengadaan saluran komunikasi dari bawahan ke atasan (*upward flow of communication*). Kemudian, kepemimpinan merupakan kemampuan dalam diri seseorang untuk dapat memengaruhi orang lain agar melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik. Keberhasilan dari kepemimpinan seseorang memiliki ciri tertentu seperti karisma, berpandangan kedepan, serta memiliki keyakinan diri. Selain itu, perusahaan media penyiaran juga perlu memberikan pelatihan kepada stafnya terlebih bagi karyawan baru yang belum berpengalaman. Hal ini agar menambah pengetahuan, wawasan, keahlian, dan tentunya untuk mempersiapkan diri pada masing-masing karyawan dalam menghadapi perkembangan teknologi atau kemajuan dari media penyiaran tempat mereka bekerja.

Terakhir ialah fungsi pengawasan (*controlling*), merupakan proses terakhir dalam manajemen untuk mengetahui apakah tujuan yang telah ditetapkan dalam tahap perencanaan tercapai atau tidak. Menurut Mockler dalam Morisan (2008: 167), pengawasan manajemen adalah usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur beragam penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. Morisan dalam bukunya (2008: 168) juga menjelaskan bahwasanya pengawasan harus dilakukan berdasarkan pada hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur. Contohnya melakukan pengukuran terhadap jumlah audiens yang menonton suatu program acara berdasarkan *rating* yang diperoleh, atau perhitungan tingkat penjualan iklan pada suatu media penyiaran. Lalu aspek utama untuk mengukur prestasi kerja pegawai dilihat dari efisiensi dan efektifitas kerja.

Kaitan manajemen dengan redaksi ialah menerapkan fungsi-fungsi manajemen kedalam pengelolaan suatu berita, yang dilakukan mulai dari perencanaan, peliputan, penulisan/pemotretan, sampai dengan editing (penyuntingan) (Pareno, 2003:52). Maka disimpulkan bahwa manajemen redaksional merupakan proses antara orang-orang yang berada dalam bidang pemberitaan suatu organisasi media yang bekerjasama untuk mencapai tujuan atau sasaran organisasi, dimana untuk mencapai hal tersebut diterapkan fungsifungsi dari manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pemberian pengaruh, serta pengawasan.

b. Karakteristik Penyiaran Publik Lokal

Kiprah televisi lokal mencapai puncak ketika regulasi induk UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 yang diundangkan tepat pada tanggal 28 November 2002. Alasan dibentuknya UU ini adalah untuk menemukan solusi mengurangi dominasi media yang bersumber pada pusat. UU penyiaran ini menyinggung tentang hukum atas lembaga penyiaran komersial lokal, lembaga komunitas, dan lembaga penyiaran publik. Diketahui landasan hukum yang digunakan oleh PKTV ialah lembaga penyiaran swasta yang mengudara dalam cakupan daerah. Konsep lembaga

penyiaran lokal sebagai lembaga penyiaran swasta diatur dalam pasal 18 ayat (3) yang menyatakan: “Pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional dan nasional, baik untuk jasa penyiaran radio maupun jasa penyiaran televisi, disusun oleh KPI bersama Pemerintah.”

Mengacu pada penjabaran diatas, gagasan dari siaran lembaga penyiaran lokal tidak mengutamakan kepentingan suatu golongan, serta tidak mencari keuntungan pribadi, sebab pada dasarnya media tersebut disebut sebagai media netral yang mengakomodasi pelayanan informasi publik dengan mengabaikan sisi komersial atau tujuan *profit oriented*. Artinya, lembaga penyiaran publik lebih mengedepankan kualitas program yang disajikan, dengan harapan mewujudkan masyarakat cerdas, berwawasan, serta sadar informasi, sebagai wujud kemajuan memperoleh informasi. Pemasukan yang didapat juga berasal dari beberapa iklan kecil, pemberitaan acara-acara, serta usaha lain milik perusahaan yang masih berhubungan dengan pemberitaan.

Kehadiran media penyiaran lokal tidak lain untuk menyebarkan informasi lokal yang tidak terjamah oleh lembaga pemberitaan nasional. Hal ini dikarenakan beberapa organisasi daerah dan informasi penting sangat dibutuhkan dalam jangka yang lebih spesifik jangkauannya. Maka dari itu PKTV mulai maju dan mengolah informasi daerah serta menyiarkan pelestarian-pelstarian budaya yang jarang terekspos oleh media penyiaran nasional. Hal ini dilakukan lantaran masyarakat kerap mengalami kesulitan pada awalnya dalam menemukan informasi daerah sekitar yang dinilai cukup penting dalam perkembangan informasi kota dan sekitar. PKTV dalam perannya sebagai lembaga penyiaran lokal tentu memiliki tugas inti yang menjadi acuan berjalannya media penyebar informasi.

Tugasnya guna memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan serta kontrol dan perekat sosial, setelah itu diwujudkan dalam bentuk pembawaan nilai lokal, budaya, karakter masyarakat sekitar, juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyuarakan aspirasinya, melalui program siaran yang terdapat di dalamnya. Salah satunya dengan program berita yang secara khusus memberitakan informasi lokal untuk disiarkan. Standar pemberitaan yang digunakan dalam produksi berita adalah dengan memperhatikan kriteria atau nilai-nilai layak berita, unsur-unsur berita 5W+ 1H yang nantinya akan diurutkan signifikansi dari unsur-unsur tersebut.

Faktanya, proses pengelolaan lembaga penyiaran lokal tersebut tidak semulus itu, seperti jangkauan dan konten penyiaran lokal tidak seluas media penyiaran nasional. Kemudian pusat media penyiaran nasional berpusat di Jakarta. Selanjutnya beban yang diemban pemberitaan lokal cukup besar dengan mempertahankan nilai-nilai kebudayaan agar tidak punah, memerlukan dana yang cukup besar demi berlangsungnya pengelolaan media tersebut. Tidak jarang pendanaan perusahaan berasal dari dana pribadi perusahaan. Beberapa faktor ini juga yang membuat perjalanan media panyiaran lokal tidak semulus itu, bahkan tidak sedikit media lokal yang akhirnya menyerah dan memutuskan untuk gulung tikar. Problem utamanya bisa dibidang dari segi ekonomi pendanaan karena sedikitnya pemasukan iklan yang diperoleh perusahaan. Dalam hal periklanan, media lokal cenderung lebih murah tarifnya dibandingkan media nasional karena jangkauannya yang tidak begitu luas, sedangkan operasional televisi tersebut harus tetap berjalan (Cahyaningrung, Jurnal Observasi, No. 1, 2013: 51).

Tidak hanya itu, dinamika pada internal media penyiaran lokal juga terkait kualitas atau *skill* SDM dalam mengelola lembaga penyiaran itu sendiri. Hal itu mencerinkan kualitas berita yang dihasilkan juga. Selain itu persaingan dengan berbagai televisi swasta terlebih media yang fokus mengejar rating sehingga membuat program yang ditampilkan memiliki daya tarik lebih tinggi dari pada lembaga penyiaran yang biasa saja. Maka dari itu media lokal dituntut lebih kreatif dalam memberitakan informasi dan juga program yang ada tetapi juga konsisten memelihara nilai yang identik dengan suatu lembaga penyiaran tersebut.

c. Jurnalisme *Multiplatform* pada Era Internet

Dalam segala aspek kehidupan manusia, internet telah membawa perubahan besar yang cukup membantu. Mulai dari perilaku politik, perkembangan bisnis, perilaku sosial, hingga praktik kerja jurnalisme yang sudah lebih jauh berbeda dari sepuluh tahun terakhir.

Satu hal yang paling mencolok ialah redupnya bisnis media cetak, audiovisual, serta audio, contohnya seperti koran, majalah, televisi analog, serta radio. Dibandingkan dengan media-media yang tadi disebutkan, kini khalayak lebih condong dan memilih informasi yang dapat diakses secara gratis di internet. Banyak pemian media daring atau *online media* yang bermunculan serta perlahan menggusur peran media lama yang dulunya sempat mendominasi minat khalayak.

Pengelolaan media online pun sangat berbeda dai media penyiaran dan cetak. Mulai dari manajemen redaksi hingga model bisnis yang terbilang dinamis. Tidak ada resep manjur yang berlaku secara tetap dan universal, berbeda dengan model bisnis cetak dan penyiaran yang sudah mapan (Engelbertus, Jurnalisme Online, 2017:3). Dalam sisi lain, jurnalisme online juga dapat digunakan untuk pengelolaan produksi media penyiaran, misalnya situs berita yang dibuat oleh status televisi. Dengan begitu, pada liputan jurnalis media penyiaran yang sebelumnya diunggah dalam bentuk teks yang multimedia sehingga mempermudah khalayak dallam maenjangkaunya.

Semua peranan media yang bermula dari penyiaran, cetak maupun online tetap dituntut untuk memanfaatkan keberadaan sistem daring dengan semaksimal mungkin dan berbagai ilmu digital yang mendukung jurnalisme itu sendiri. Maka tidak heran jika dinamika pada era internet sangat pesat, mulai dari penyajian konten, saluran distribusi, minat masyarakat, maupun metode dalam mendapatkan pemasukan. Seluruh media berlomba dalam penyajian informasi di media online. Namun persaingan yang terlalu ketat berpengaruh terhadap kualitas jurnalisme online. Hal ini terjadi lantaran media pers harus mengejar jumlah klik dari khalayak dan mengejar kecepatan penayangan berita.

Seperti yang dialami oleh PKTV dalam mempertahankan diri sebagai media informasi lokal dan harus mengikuti dinamika jurnalisme online saat ini. Tidak sedikit saingan yang juga memiliki keterampilan dalam menyajikan informasi di media online. Sehingga kesannya penerbitan berita terasa seperti adu cepat tanpa memperhatikan kualitas isi berita. Namun selalu ada sisi baik dalam segala hal. seperti yang telah dijelaskan, jurnalisme online yang dinamis membuat media online kini mulai berinovasi menghasilkan konten-konten yang tidak stagnan dan menjadikan hal tersebut sebagai pekuang agar menadapatkan perhatian khalayak dengan topik yang beragam dan juga bermanfaat tentunya.

Di indonesia sendiri, tidak sedikit media online yang menyajikan beragam konten, namun semakin ke sini tak jarang juga produk berita yang disajikan terkesan kurang bermanfaat dan hanya mengandung sensasi belaka. Maka dari itu pentingnya media informasi yang berkecimpung di jurnalisme online harus memiliki idealis yang kemudian akan menjaga konsistensi ualitas berita yang dihasilkan seperti yang dilakukan oleh PKTV untuk tidak menayangkan berita yang bersifat *hoax* dan mengundang konflik apalagi di daerah yang sempit

jangkauannya. Maka dari itu sangat penting bagi jurnalis online dalam mengolah informasi yang memperhatikan penulisan teks, efisien, terverifikasi, sesuai dengan piramida terbalik seperti kompetensi dasar jurnalistik.

Menurut Engelbertus WeNdratama dalam buku *Jurnalisme online* pada halaman 6-8, menjelaskan bahwa, kecakapan yang dituntut dari jurnalistik era digital juga ikut berubah, lebih berat dari zaman kejayaan media lama. **Pertama**, jurnalis media online harus bisa menggunakan berbagai peralatan multimedia demi mendukung penyampaian berita. Alat yang digunakan juga beragam, seperti menambahkan tautan untuk memberikan fakta terkait berita, lebih banyak menampilkan foto, video, infografik, serta animasi GIF yang *simple*. media online bersifat visual, sehingga gambar, warna, dan tampilan di layar memiliki peran yang cukup penting. Dengan penggunaan teknologi, media daring dapat menyampaikan liputan yang lebih lengkap dan panjang dari pada media penyiaran. Selain itu juga mengundang partisipasi khalayak dalam proses liputan sehingga menciptakan kesan kedekatan pada masyarakat.

Kedua, pada umumnya, penulisan pada teks media online lebih singkat daripada media cetak, namun lebih panjang daripada radio dan televisi. Dalam hal ini, penulisan yang efisien menjadi lebih penting. Bahasa yang digunakan pada media daring lebih informal, tapi tetap baik dan efisien serta komunikatif. Hal ini juga menyesuaikan dengan masa yang semakin maju dan bahasa kini mulai berkembang seiring berjalannya waktu dan media online juga identik dengan kaum muda yang sangat berpengaruh dalam mendominasi penggunaan media internet.

Ketiga, jurnalis dituntut bekerja lebih cepat, walaupun kecepatan bukanlah sebuah patokan dalam segala hal. Banyak media yang menerbitkan beberapa berita hanya dalam kurun waktu singkat dengan hitungan menit. Hal ini tergantung pada kebijakan tiap media online dan target khalayak. Segala kecakapan jurnalis online tersebut sangat berguna untuk pedoman bertahan dalam arus dinamika era internet yang sangat luar biasa. Namun kembali lagi kecepatan bukanlah segalanya, tetap harus memperhatikan kualitas dan segmentasi sebuah berita serta konten yang disajikan kepada khalayak.

d. Analisis SWOT

Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk melakukan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, thread*) suatu media, agar mempermudah dalam melihat faktor-faktor yang memberi hambatan serta dorongan dalam manajemen pemberitaan pada alur redaksi. Rangkuti (2014:19) menjelaskan analisis SWOT adalah identifikasi beragam faktorr guna merumuskan manajemen perusahaan, yang didasarkan pada lgika untuk memaksimalkan kekuatan (*strenght*) bersama dengan peluang (*opportunity*), namun juga dalam satu watu mengandalikan serta menekan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*):

1. Analisis *strenght*, ialah analisis pada suatu media penyiaran dilihat dari sisi kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dapat juga disebut dengan kelebihan atau keunggulan suatu perusahaan yang memiliki ciri khas sehingga mampu memikat khalayak.
2. Analisis *weakness*, situasi di mana perusahaan memiliki beberapa kekurangan atau kelemahan yang berpengaruh menghambat berjalannya suatu projek atau produksi kerja suatu media. Biasanya hal ini timbul dari internal perusahaan.
3. Analisis *opportunities*, adalah cara mengurangi masalah internal perusahaan sehingga bisa merebut peluang pasar yang lebih baik. Dengan kata lain perusahaan dihadapkan dengan dua sisi berbeda, yakni peluang pasar yang besar tetapi terdapat kendala internal dalam perusahaannya.
4. Analisis *threaths*, merupakan kondisi yang bisa dibilang cukup meresahkan pihak perusahaan. Menghadapi beberapa ancaman sangatlah membutuhkan manajemen yang cukup matang untuk menanganinya. Hal ini biasanya berasal dari luar perusahaan, maka dari itu kehadirannnya tidak bisa di kendalikan.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis untuk meneliti adalah kualitatif deskriptif. Dengan mengolah data memanfaatkan hasil wawancara, observasi lapangan, serta studi pustaka yang diambil dari Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV).

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan terkait dengan penelitian ini yakni konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme ialah sebuah sudut pandang dalam melihat fenomena objek yang diteliti. Peneliti menyimpulkan seluruh kegiatan yang ada di ruang redaksi PKTV dan mengolah data menjadi susunan temuan pembahasan.

Metode ini dilakukan oleh peneliti agar bisa mengamati perilakunya, cara berinteraksi, serta bagaimana responnya, guna mendapatkan data-data mendalam yang nantinya akan dilakukan untuk mengolah penelitian pembahasan. Kemudian dalam hal ini metode studi kasus dilakukan untuk mengetahui dan memahami bagaimana acara kerja manajemen pemberitaan PKTV yang menggunakan konvergensi media yakni televisi, Website, serta sosial media.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada April 2019 dan Februari 2020, dengan lokasi penelitian yakni di jl. Alamanda GOR Lt. 2 PC VI PKT, Bontang, Kalimantan Timur.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara berikut:

a. Wawancara Mendalam

Narasumber dalam penelitian ini adalah 3 orang yaitu :

No	Nama	Jabatan	Tanggal
1.	Maya Catharina	Administrasi	12/02/2020
2.	Teguh Suharjono	Direktur PKTV	12/02/2020
3.	Rudy	Div. Online	12/02/2020

Tabel 1.1 Rincian Narasumber

b. Studi Pustaka

Studi pustaka yang dilakukan peneliti adalah mencari data profil PKTV dan data pelengkap lainnya yang mendukung penelitian seperti jurnal dan buku serta artikel yang ada di internet. Peneliti meminta beberapa data yang didapat dari pihak PKTV seperti profil berdirinya PKTV, struktur jabatannya, data program televisi,

dan lain-lain. Kemudian peneliti mencari beberapa informasi terkait TV lokal pada



sumber di internet. Selain itu juga menggunakan beberapa buku yang berkaitan dengan topik yang membahas tentang digitalisasi TV.

c. Observasi Lapangan

Peneliti melihat proses berjalannya manajemen redaksi yang ada pada proses produksi berita PKTV. Proses observasi ini tidak hanya dilakukan sekali. Peneliti memulai proses pendekatan pada bulan Februari 2019, Mei 2019, dan yang terakhir Februari 2020. Dalam masa itu, peneliti melihat proses prosukdi berita tersebut berjalan. Peneliti juga bertemu dengan pimpinan PKTV, administrasi keuangan, dan divisi berita online. Pebeliti juga masuk ke ruang siaran dan ruang editor serta menyaksikan sendiri berjalannya POAC pemberitaan. Melihat alur redaksi PKTV mulai dari perencanaan, penyebaran berita pada platform TV dan online, kemudian melihat bagaimana pengawasan dan evaluasi yang dilakukan.

4 Teknik Analisis Data

a. Pengumpulan Data

Hal ini dilakukan dengan proses pengupulan data-data dengan metode observasi, wawancara, dan studi pustakai. Setelah itu data tersebut dimasukkan ke dalam data lapangan, dari catatan tersebut peneliti memberikan pemaknaan atas fenomena terkait fenomena yang diteliti serta memberikan opini.

b. Reduksi Data

Proses ini menuntut peneliti mereduksi datanya dengan merangkum beberapa catatan lapangan yang didapatkan. Mengurutkan proses berjalannya redaksi platform TV dan platform online yang digunakan PKTV.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses dari penjabaran melalui teks secara naratif terkait dengan catatan lapangan yang didapat dan telah direduksi.dengan menampilkan hasil dari olahan data produksi pemberitaan PKTV dalam memanfaatkan media online sebagai sarana menyajikan berita.

d. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan tentang apa yang dilakukan PKTV dengan memanfaatkan platform online guna mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal. Menjabarkan beberapa inti dari manajemen redaksi online yang digunakan PKTV.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV)

1. Profil Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV)

Berawal dari sebuah layanan televisi intern yang bertujuan sebagai media informasi dan komunikasi bagi keluarga besar PT Pupuk Kaltim, PKTV untuk pertama kalinya mengudara pada tahun 1997. Pada saat itu PKTV (dulu bernama pupuk Kaltim TV) belum menjadi badan usaha dan dikelola oleh Retina (Production House milik Yayasan Baiturrahman/YBR). Melalui kerjasama antara PKT dan YBR, Retina menjalankan program-program siaran PKTV dengan asset peralatan yang merupakan investasi dari YBR dan sebagian hibah dari PKT.

Ketika PKTV diputuskan akan dikelola secara serius, maka dibentuklah badan usaha (PT) dengan nama PT Khatulistiwa Media. Meskipun modal awal yang disetor oleh para Pemegang Saham hanya sekitar Rp 80.000.000,- namun dengan asset yang ada (peninggalan Retina yang melebur ke dalam PT Khatulistiwa Media) berupa seluruh peralatan siaran yang dibutuhkan, PKTV akhirnya dapat eksis dan berkembang serta hadir menjadi milik masyarakat Bontang dan bersiaran secara komersil pada tahun 2001 serta memenuhi kebutuhan akan hiburan dan mengangkat lokalitas daerah. Pengakuan masyarakat Bontang akan hadirnya PKTV sebagai televisi lokal setidaknya dinyatakan secara implisit dari kepercayaan Pemerintah Kota Bontang menjalin kerja sama dengan PKTV dalam hal sosialisasi dan publikasi program-programnya. Selain itu banyaknya keinginan masyarakat lokal untuk mempublikasikan usahanya juga menjadikan PKTV turut andil dalam perkembangan perekonomian masyarakat Kota Bontang.

Dengan jangkauan siar PKTV ke seluruh Kota Bontang, Sangatta, Muara Badak, Teluk Pandan serta pulau-pulau kecil disekitar Kota Bontang (Gusung, Tihi-Tihi, Selangan dan Melahing), PKTV hadir mulai pukul 07.30 s.d 22.00 WITA dengan beragam program acaranya.

Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV) hadir di Kota Bontang, Kalimantan Timur dengan Visi menjadi Stasiun Televisi yang **mandiri dan bermanfaat bagi masyarakat** Kota Bontang dan sekitarnya. Untuk mewujudkan Visi tersebut, PKTV juga memiliki misi untuk menunjang hal tersebut, yaitu:

- Sarana dan media pengembangan masyarakat,

- Sarana dan media Komunikasi yang efektif bagi masyarakat,
- Sarana dan media pendidikan bagi masyarakat,
- Sarana dan media kreatifitas masyarakat, serta
- Sarana dan media untuk menjalin kebersamaan masyarakat.

B. Program Berita PKTV

Program pemberitaan PKTV baik di platform TV maupun di Website dan sosial media memiliki beragam program dan konten yang berisi informasi, pendidikan, dan hiburan. Program yang berisi informasi ialah seputar berita olahraga, pendidikan, pemerintahan kota, serta pelestarian budaya. Berita yang disajikan oleh program PKTV cukup bisa diandalkan oleh masyarakat setempat karena mengusung isu lokal serta informasi budaya-budaya yang masih melekat di daerah Kota Bontang membuat khalayak mampu mengetahui apa saja yang terjadi di kawasan mereka.

Terlebih lagi media yang digunakan dalam menyebarkan berita tidak hanya satu jenis. Di era digital dan internet saat ini menuntut media penyiaran untuk menggunakan berbagai platform yang ada di internet. Berarti platform yang digunakan oleh PKTV untuk saat ini ialah platform TV, Website, YouTube, serta sosial media lainnya (Instagram, Facebook, Twitter). Dalam hal ini PKTV dulunya sempat menghadirkan media cetak berupa majalah, namun hal tersebut kini tidak dilakukan secara intens dikarenakan satu dan lain hal.

Pengelolaan program berita yang ada pada televisi terkadang juga disalin kembali serta disunting untuk kebutuhan berita di media online. Terkadang berita yang ada di Website, YouTube, dan sosial media lainnya mengikuti ritme pemberitaan yang ada di platform TV. Namun terkadang juga konten informasi yang sekiranya harus tayang dengan cepat dan tidak harus menunggu jam siaran akan lebih dulu di-upload ke Website dan sosial media. PKTV memanfaatkan hal tersebut demi mendapatkan dominasi perhatian dari khalayak yang kini cenderung menggunakan internet dalam mencari informasi. Untuk menyiarkan informasi yang bersifat sementara atau berasal dari fenomena yang mendadak akan sangat membuang waktu jika menunggu pada jam tayang televisi, maka dari itu media online menjadi alternatif lain dalam menyampaikan informasi tersebut. Hal tersebut sangat menjanjikan kecepatan dan tidak perlu menentukan jam tayang, bisa dilakukan kapan saja dan jam berapa saja serta diunggah di mana saja hanya melalui gadget.

Berbeda dengan penyiaran berita di Website dan sosial media lainnya, televisi memiliki program yang terjadwal waktunya. PKTV dalam platform televisi beroperasi setiap hari, pada hari kerja program-program akan berjalan pukul 07.00 - 20.00 WITA, sedangkan di hari libur tayang pada pukul 16.00 - 22.00 WITA. Seperti yang telah dijelaskan, penayangan informasi yakni seputar kawasan Kota Bontang dan beberapa kota di Kalimantan Timur. Hal ini dikarenakan PKTV ialah milik masyarakat dan mengutamakan informasi daerah sebagai media penyiaran yang peduli dengan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bontang yang tidak tersorot oleh media nasional.

Program berita yang ditayangkan merupakan kegiatan pemerintah maupun masyarakat dan berbagai bentuk fenomena yang bersifat aktual di wilayah Kota Bontang dan sekitarnya. segmentasi dari PKTV sendiri ialah dari segala kalangan usia, namun untuk saat ini peran kaum muda sangat dibutuhkan dalam menunjang eksistensi media lokal seperti PKTV. Target sasaran PKTV yakni seluruh masyarakat Kota Bontang dan menjangkau lebih banyak lagi khalayak yang menyaksikan.

Tabel 2.1 Program Siaran PKTV

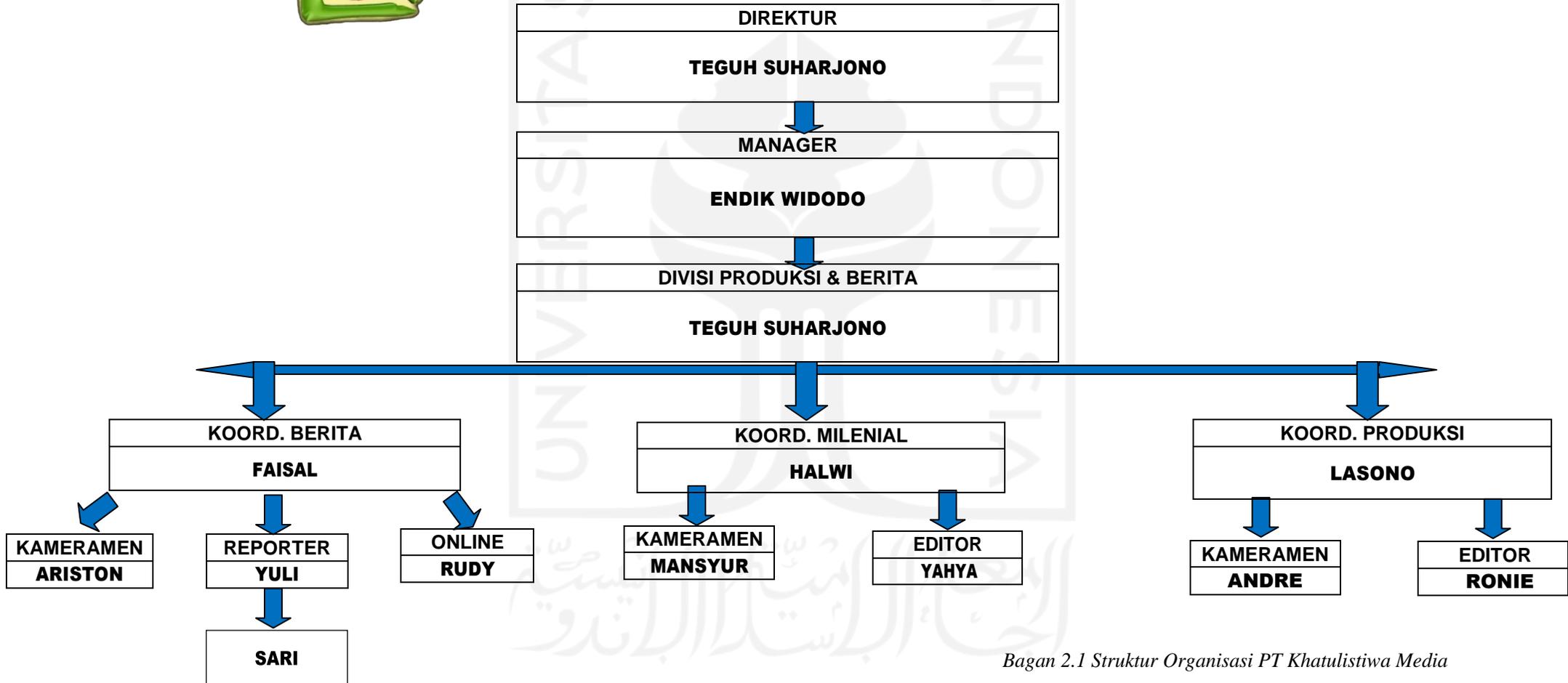
1	Format Siaran	<input checked="" type="checkbox"/> Umum	<input type="checkbox"/> Berita
		<input type="checkbox"/> Musik	<input type="checkbox"/> Pendidikan
		<input type="checkbox"/> Olah Raga	<input type="checkbox"/> Lainnya (Sebutkan)
2	Persentase Materi Siaran Lokal & Asing	A. Lokal	80 %
		B. Asing	20 %
		J U M L A H	100 %
3	Sumber Materi Acara Siaran	A. <i>Inhouse Production</i> (Alat, SDM, Dan Biaya Ditanggung Sendiri)	70 %
		B. Akuisisi (Membeli Produk Dari Dalam Maupun Luar Negeri)%
		C. Kerjasama (Program, <i>Revenue Sharing</i> , Antar Negara)	30 %
		J U M L A H	100 %
4	Waktu Siaran Setiap Hari	A. Pada Hari Kerja	Pukul 07.00 S/D Pukul 08.00 WITA
		B. Pada Hari Libur	Pukul 16.00 S/D Pukul 22.00 WITA

5	Penggolongan Dan Persentase Mata Acara Siaran	A. Berita	20 %	
		B. Penerangan/Informasi	20 %	
		C. Pendidikan Dan Kebudayaan	15 %	
		D. Agama	10 %	
		E. Olah Raga	10 %	
		F. Hiburan Dan Musik	15 %	
		G. Iklan	5 %	
		H. Acara Penunjang / Layanan Masyarakat	5 %	
		J U M L A H	100 %	
6	Persentase Siaran Musik	A. Indonesia Populer	45 %	
		B. Dangdut	15 %	
		C. Barat	10 %	
		D. Tradisionil / Daerah	25 %	
		E. Keroncong	1 %	
		F. Musik Lainnya (Sebutkan)	4 %	
		J U M L A H	100 %	
7	Khalayak sasaran (gunakan data hasil survey audience terkini, apabila belum pernah dilakukan gunakan angka estimasi manajemen)	a. Kelompok usia (dalam tahun) <input type="checkbox"/> Hasil Survey atau <input checked="" type="checkbox"/> Estimasi manajemen	0 – 14	5 %
			15 - 20	10 %
			20 – 29	20 %
			30 – 39	40 %
			40 ke atas	25 %
			J U M L A H	100 %
		b. Jenis kelamin <input type="checkbox"/> Hasil Survey atau <input checked="" type="checkbox"/> Estimasi manajemen	a. pria	45 %
			b. wanita	55 %
			J U M L A H	100 %
		c. Status ekonomi sosial (pengeluaran dalam rupiah perbulan) <input type="checkbox"/> Hasil Survey atau <input checked="" type="checkbox"/> Estimasi manajemen	> 3.000.000	10 %
			2.000.001 – 3.000.000	15 %
			1.500.001 – 2.000.000	25 %
			700.001 – 1.000.000	10 %
			500.001 – 700.000	10 %
			< 500.000	20 %

C. Struktur Organisasi



STRUKTUR ORGANISASI PT KHATULISTIWA MEDIA



Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT Khatulistiwa Media

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas temuan-temuan yang diperoleh peneliti terkait dengan manajemen pemberitaan *multiplatform* oleh PKTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Mengenai manajemen pemberitaan, PKTV untuk saat ini menggunakan platform TV, Website, YouTube, serta sosial media lainnya (Instagram, Facebook, Twitter), PKTV juga sempat beberapa kali menggunakan platform cetak berupa majalah, namun peneliti merasa pada pemberitaan majalah PKTV belum cukup intens. Ada beberapa penjelasan yang harus dijabarkan dalam beberapa tahap manajemen pemberitaan *multiplatform* yang ditemukan oleh peneliti, yakni sebagai berikut:

A. Temuan

Berdasarkan hasil pencarian data melalui wawancara dengan 3 orang narasumber yaitu direktur PKTV (Teguh), bagian keuangan (Maya), serta koordinasi sosial media (Rudy), yang disimpulkan bahwa manajemen pemberitaan serta alur redaksi pada platform TV dan beberapa platform daring yang digunakan adalah sama, tetapi yang membedakan ialah PKTV untuk beberapa informasi tertentu lebih mengutamakan platform online seperti Website, Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter untuk menyebarkan berita yang nantinya akan diedit sesuai jenis platform yang digunakan. Berikut penjabaran dari masing-masing alur redaksi serta pemberitaan *multiplatform* dalam mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal:

1. Televisi

a. Perencanaan dan Pelaksanaan

Pada rapat perencanaan tim redaksi membahas tentang apa yang akan diliput dan ditanyakan pada saat mewawancarai di lapangan. Rapat semacam ini biasanya langsung dilaksanakan pada pagi hari atau pada saat peristiwa tak terduga terjadi di lokasi.

“Jadi setelah anak-anak itu datang liputan, mereka ngerjakan naskahnya, naskah selesai, saya ambil naskahnya kan terus saya ubah dari berita video jadi berita tulis sambil ngelihat hasil rekaman video itu saya share di Website.” (Rudy, 12/02/2020).

Dalam rapat tersebut terkadang tidak membutuhkan waktu yang lama karena tim redaksi sudah sangat menguasai *job desc* masing-masing. Pada pagi hari tim sudah melakukan penggorengan berita dan segera dikonsultasikan ke meja direktur yang nantinya akan di acc kemudian tersiar.

“Secara umum mereka sudah paham ya jobdesc mereka ya, tapi sehari itu kita bisa dua-tiga kali ngadakan meetig khusus untuk mengeluarkan satu konten itu karena pertaruhanannya bagi kami sebuah informasi ke publik itu memang harus bisa dipertanggung jawabkan sehingga saat ini beberapa yang belum dipublish lapor ke meja saya dulu terus kita lihat baik kemasannya maupun isinya itu kalo kita sudah oke ya segera kita publish.” (Teguh, 12/02/2020).

Dengan mengandalkan teknologi konvergensi, perencanaan pada lapangan melulu lagi dilakukan *face to face*. Mengenai apa, siapa, kapan, dan di mana proses pencarian berita bisa dibicarakan melalui forum grup internal kemudian setelah itu pada esok harinya tim redaksi mulai melaksanakan tugas yang sudah dibagikan sesuai hasil diskusi malam sebelumnya melalui *multichat* grup. Bahan berita yang akan diolah tim redaksi juga tidak lain merupakan informasi lokal yang jarang dijangkau oleh TV nasional dan media-media besar lainnya. Untuk itu tim redaksi diwajibkan peka terhadap lingkungan sekitar dan memperhatikan isu yang sedang berkembang.

Selain itu juga perencanaan pada program-program acara yang telah dijadwalkan di siaran TV analog memang sudah berjalan secara otomatis. Hal itu tidak perlu dipermasalahkan karena koordinasi waktu pada penyiaran program dan konten TV sudah diatur dan disusun. Hanya tinggal mencari konten dan topik yang sesuai dengan jadwal serta format program yang tertera dalam perencanaan hingga sampai ke tahap penyiaran. Perencanaan redaksi ini berupa update dari isu sosial yang ada di sekitar, bisa juga dari pemerintah, kemudian datang dari masyarakat juga tidak menutup kemungkinan untuk menjadi topik dari berita yang akan diliput.

b. Pelaksanaan Penyebaran Berita

Setelah melakukan perencanaan pada tim redaksi, pelaksanaan yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan TV analog lainnya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, setelah melakukan rapat proyeksi atau bisa disebut dengan rapat redaksi pada anggota kemudian menerima mandat atau amanah yang diberikan pimpinan redaksi. Usai menerima pembagian tugas dari pimpinan kemudian tim redaksi akan turun ke lapangan untuk meliput berita yang telah direncanakan

Seperti yang sudah dijelaskan, konvergensi media membantu dalam proses pelaksanaan redaksi ini. Proses menulis narasi atau naskah berita juga biasanya dilakukan secara langsung di lokasi peliputan berita. Beberapa hal yang bisa disegerakan melalui teknologi terkadang membuat suatu berita dalam waktu singkat bisa sampai ke tangan pimpinan redaksi atau tim yang sudah *stand by* di studio. Setelah menulis naskah berita, tim redaksi akan melakukan dubbing pada berita yang telah dibuat setelah itu melalui masa editing.

Saat naskah berita sudah ditulis, video berisi suara juga telah disunting, serta direktur menyetujui maka berita tersebut sudah siap disiarkan di televisi pada waktu-waktu yang sudah ditentukan. Pada proses ini sebenarnya tidak membutuhkan banyak waktu sejak rapat pagi ditentukan. Bahkan saat menjalani liputan tim wartawan langsung menulis naskah di lokasi wawancara dan mengirimkannya kepada tim yang ada di studio. Sampai saat ini PKTV masih berusaha untuk selalu menaikkan empat berita dalam seharinya.

“Makanya ya pinter pinteran temen-temen sekarang. Kita aja satu hari itu target empat berita harus naik ya minimal itu harus naik. Itu terlampaui saat ini, terussss lebih dari itu ya tapi itu sudah luar biasa menurut saya karena untuk kelas Kota Bontang informasi yang sebenarnya sedikit bisa kita buat lebih banyak dengan sumber daya terbatas juga.” (Teguh, 12/02/2020).

1.	Format Siaran	✓ Umum	■ Berita
		■ Musik	■ Pendidikan
		■ olahraga	■ Lainnya
2.	Waktu siaran setiap hari	a. Pada hari kerja	Pukul 07.00 s/d 20.00 WITA

		b. Pada hari libur	Pukul 16.00 s/d 22.00 WITA
--	--	--------------------	-------------------------------

Tabel 3.1 Program Siaran PKTV

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, persebaran berita yang ada di TV analog adalah adaptasi pelaksanaan dari jadwal program yang sudah direncanakan dan disusun sesuai waktu yang ditentukan. Waktu siaran yang dilakukan adalah setiap hari namun memiliki perbedaan jam dalam satu minggu. Pada hari kerja siaran dilakukan pada pukul 07.00 - 20.00 WITA, sedangkan pada hari libur siaran dilakukan pada pukul 16.00 - 22.00 WITA. Seperti yang sudah sering dijelaskan beberapa program yang ada tidak hanya mengandung konten atau topik seputar politik, melainkan tentang olahraga, hiburan musik, pendidikan, informasi lokal dan luar.

Pada produksi naskah pemberitaan yang akan disiarkan, tim redaksi kini mulai mengikuti perkembangan zaman dalam menentukan model penayangan berita. Tidak lagi seperti dulu yang hanya memperlihatkan lokasi kejadian kemudian diisi dengan naskah berita, melainkan dengan *video footage* ala *video blog* atau biasa disebut *vlog*. Meski terbatasnya anggota yang ada, tim redaksi tetap mengasah keahlian dalam mempertahankan kelayakan berita yang akan disiarkan di TV analog dengan variasi dan improvisasi yang bisa dipelajari melalui TV nasional maupun swasta. Hal ini dilakukan tidak lain untuk mempertahankan penonton agar tidak terkesan jenuh melihat tampilan berita yang sangat baku. Selain itu juga pemahaman audiovisual pada produksi program televisi cukup penting.

“Dasar penyampaian melalui televisi kan penggabungan antara video dan tulisan ya. Sekarang lagi trend nge-vlog itu kita rubah. Yang liputan dulunya liputan standar televisi liputan news sekarang sedikit kita rubah dengan kreativitas teman-teman yang dua-duanya bisa masuk.” (Teguh, 12/02/20).

Sebagai media lokal PKTV awalnya masih terbata-bata dalam hal finansial. Media ini telah berdiri sendiri secara serius pada saat diambil alih oleh PT. Khatulistiwa Media dan Yayasan Baiturrahman (YB). Pada saat itu juga PKTV mulai bertanggung jawab terhadap urusan finansial perusahaannya sendiri

karena sudah menjadi media yang dikomersilkan dan tidak lagi masuk ke dalam konsep media intern perusahaan Pupuk Kaltim. Hingga saat itu, lambat laun kebutuhan semakin bertambah, teknologi semakin canggih. Beberapa kali pemasukan dan pengeluaran kerap tak sejalan dengan ekspektasi. Hal ini jelas menuntut PKTV agar lebih kreatif dan inovatif dalam menyajikan informasi lokal sesuai dengan visi dan misi yang telah dirancang.

Mengacu pada penjabaran diatas, gagasan dari siaran lembaga penyiaran publik yakni tidak mengutamakan kepentingan suatu golongan, serta tidak mencari keuntungan pribadi, sebab pada dasarnya media tersebut disebut sebagai media netral yang mengakomodasi pelayanan informasi publik dengan mengabaikan sisi komersial atau tujuan *profit oriented*. Artinya, lembaga penyiaran publik lebih mengedepankan kualitas program yang disajikan, dengan harapan mewujudkan masyarakat cerdas, berwawasan, serta sadar informasi, sebagai wujud kemajuan memperoleh informasi.

Berhubungan dengan persebaran berita yang dilakukan PKTV, hal ini juga sudah pasti berpengaruh terhadap pemasukan perusahaan. Dengan begitu beberapa upaya dilakukan PKTV dengan memanfaatkan TV analog dan platform daring untuk mengedarkan hal yang bersifat simbiosis mutualisme. Seperti bekerja sama dengan beberapa komunitas yang menjual produk-produk lokal yang mengandung karakter asli Kota Bontang. Salah satu contohnya dengan bekerjasama dengan *home shopping* yang menjual barang-barang lokal *hand made* yang bisa juga dibilang produk khas Kota Bontang. Usaha-usaha rumah tangga semacam ini juga dimanfaatkan oleh PKTV untuk mendapatkan sebagian profit yang dibagi dengan pihak pedagang. PKTV membantu dengan menjualkan dan menyiarkan di TV analog dan platform yang lain dengan tujuan menaikkan nama penjual rumahan. Pada awalnya kerjasama ini hanya sebagai pelestarian produk lokal yang kemudian sedikit demi sedikit dimanfaatkan oleh PKTV dengan keuntungan yang dibagi tersebut. Tidak hanya ditampilkan di TV analog, produk-produk yang dijual juga dibuatkan video-video promosi dan disebarakan kepada khalayak ramai.

“Kami kan punya program belanja barang. Kita kerja sama sama home shopping ya. Kenapa kita bekerja sama, karena kita tidak punya barang, nah barang-barang itulah yang kita jual lokal.

Sebenarnya tujuan utamanya adalah penjualan produk lokal. Produk bontang kita jual melalui PKTV baik di TVnya maupun di medsosnya, ngambil barangnya di mereka kita jualkan lalu PKTV dapat profit dari keuntungan kecil. Nah itu akhirnya barang-barang yang di home shopping itulah yang kita buat video pendek. Terus kita upload di sosmed. Itu zamannya belum sampe ke twiter dan lain lain.” (Teguh, 12/02/2020).

Hal ini juga membuktikan bahwa upaya PKTV sebagai media lokal tidak hanya memperlihatkan konten atau program yang monoton. Walaupun terkadang memang beberapa informasi terkesan klise dan tertinggal dengan media lain, namun upaya PKTV dalam beragam kontennya sudah bisa dihitung sebagai upaya serta manajemen dalam mempertahankan eksistensinya. Berhubung telah berdiri menjadi perusahaan sendiri, PKTV memang dituntut untuk terus mengasah ide-ide yang mampu mempertahankan diri di tengah maraknya persaingan sumber informasi.

c. Pengawasan dan Evaluasi

Tahap ini sebenarnya tidak dilakukan secara baku dalam artian evaluasi besar di ujung jam kerja. Justru evaluasi ini dilakukan setiap saat dan dengan pembelajaran yang bisa diserap oleh tim redaksi. Pada evaluasi ini biasanya membahas hasil berita yang sudah disiarkan, misalnya dalam hal penulisan naskah, penulisan judul headline, tampilan video bersuara yang ditampilkan di TV, dan lain-lain. Hal ini langsung disampaikan oleh direktur yang sudah mengawasi arus pemberitaan dari awal.

“Iyaaa, dan evaluasi ini terus mbak. Maksudnya itu tidak perhari, perjam pun terus. Karena kami ini kan jasa informasi ya yang setiap detik setiap saat pun akan dikeluarkan itu yang harus kita pertanggung jawabkan.tidak seperti di pabrik kan hari ini atau besok juga sama. Kalau kita terus, evaluasinya.” (Teguh, 12/02/2020).

Seperti yang telah tersusun dalam newsroom, pengawasan juga dilakukan oleh pimpinan redaksi dan juga pimpinan perusahaan. Guna mengendalikan kualitas dalam proses prosukdi hingga penayangan program pada TV analog. Sebelumnya beberapa konten nantinya akan disaring dan dipilah oleh pimpinan redaksi. Setelah itu akan dilihat beberapa hasil dari kualitas naskah, dubbing, dan editing. Halini dilakukan untuk menghindari adanya hal-hal yang tidak diinginkan. Maka dari itu dilakukan pengendalian dan pengawasan atau biasa disebut dengan istilah *Quality Control*. Kemudian evaluasi yang dilakukan juga termasuk pelatihan internal. Mengingat jumlah anggota yang bekerja cukup terbatas, membuat kinerja para jurnalis memiliki beberapa ketimpangan. Hal ini membantu berjalannya proses pembelajaran tim demi meningkatkan kualitas SDM.

2 Website dan YouTube

a. Perencanaan

Seperti yang dijelaskan pada awal penelitian dan teori yang terpapar, PKTV memanfaatkan media daring. Salah satu alasan PKTV mengutamakan media daring ialah demi mengejar kecepatan pada penyajian berita dalam arti lain disebut aktual. Platform daring saat ini digunakan lebih dulu adalah Website dalam bentuk tulisan dan gambar serta video yang akan disambungkan ke YouTube. Kedua platform ini memiliki fungsi yang identik dari pada sosial media yg lainnya digunakan. Kegunaan Website dan YouTube adalah untuk menayangkan informasi yang lebih panjang dan rinci, bedanya Website dalam bentuk tulisan dan visual, dan YouTube dalam bentuk audiovisual atau video. Dari situlah perencanaan manajemen pemberitaan mulai terjalin dan mengalir sesuai kesepakatan semenjak PKTV menggunakan digitalisasi.

“Jadi kami itu untuk Websitenya sendiri ya itu mengolah berita TV. Eee naskah berita TV itukan sayan ubah menjadi berita tulisan. Jadi sebenarnya secara penayangan sama aja, cuma lebih cepat di sosmed kan.” (Rudy, 12/02/2020).

Karena PKTV memanfaatkan media sosial maka bahan cerita yang akan disiarkan sebenarnya sama dengan yang ditayangkan di TV namun berbeda kemasan dan tampilannya. Hal ini dilakukan karena PKTV merasa televisi mulai ditinggalkan karena perubahan zaman yang serba digital. Setelah itu tidak semua masyarakat akan konsisten menonton TV apalagi di era konvergensi seperti saat ini menurut khalayak *gadget* adalah sebuah kebutuhan dalam mencari informasi. Maka dari itu PKTV saat ini mengutamakan Website dan YouTube karena mengandung isi berita yang lebih jelas dalam bentuk tulisan, gambar, dan video.

“Nah link dari Website itu sendiri nanti saya share ke sosmed nah seperti itu. Cuman kadang untuk berita breaking news seperti yang perlu diberitakan cepat misalnya ada kejadian kecelakaan, atau musibah apa gitu itu biasanya gak nunggu langsung turun sendiri sayanya. Turun sendiri, liputan, langsung naikkan ke webste dan disebar ke medsos.” (Rudy, 12/02/2020).

Website dan YouTube merupakan platform yang terbilang paten karena sumber dari berita yang diambil dari maskah TV dan liputan dijabarkan lebih jelas di Website dan YouTube. Bahkan saat ini PKTV juga mengadakan streaming di YouTube pada beberapa program seperti pendidikan dan informasi lainnya.

b. Pelaksanaan Penyebaran Berita

Pada proses pelaksanaan produksi berita, skill atau kemampuan yang dimiliki oleh jurnalis juga sangat menunjang hasil berita. Menyoal pentingnya tampilan pada berita online yang apabila diasah dan diaplikasikan akan berpotensi menyita perhatian khalayak. Maha dari itu pada pelaksanaan produksi berita butuh keahlian serta pengetahuan khusus mengenai media daring dan seisinya. Menurut Engelbertus Webdratama dalam buku Jurnalime online (2017), pada halaman 6-8, menjelaskan bahwa, kecakapan yang dtuntut dari jurnalistik era digital juga ikut berubah, lebih berat dari zaman kejayaan

media lama. Pertama, jurnalis media online harus bisa menggunakan berbagai peralatan multimedia demi mendukung penyampaian berita.

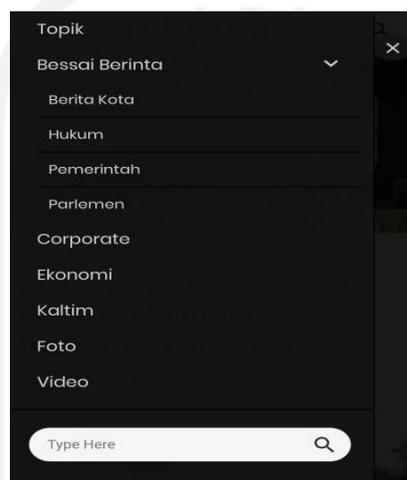
Alat yang digunakan juga beragam, seperti menambahkan tautan untuk memberikan fakta terkait berita, lebih banyak menampilkan foto, video, infografik, serta animasi GIF yang *simple*. media online bersifat visual, sehingga gambar, warna, dan tampilan di layar memiliki peran yang cukup penting. Dengan penggunaan teknologi, media daring dapat menyampaikan liputan yang lebih lengkap dan panjang dari pada media penyiaran.

Jika dilihat dari bahan konten yang disiapkan setelah menjalani proses liputan, memanglah tidak jauh berbeda dari yang ditayangkan di TV, namun terkadang naskah berita yang sudah disunting menjadi bacaan justru diunggah selangkah lebih cepat dari pada TV. Hal ini dikarenakan PKTV masih mengupayakan menjadi media paling cepat dalam menyajikan informasi. Kesamaan konten pun lantas tidak membuat menghalangi kreativitas tim untuk mengolah situs Website tersebut. Selain mengambil dari naskah berita TV di dalam Website juga ada beberapa tips-tips dan saran agar tidak melulu tentang berita. Secara Website PKTV memang menyediakan sarana informasi mulai dari ekonomi, pendidikan, gaya hidup, politik, dan pelestarian budaya. Informasi yang terbit dari Website PKTV juga dibuat dalam bentuk aplikasi berita layaknya aplikasi Kompas.id, CNN Indonesia, detik.com, dan beberapa media informasi lainnya. Hal ini memudahkan para pembaca untuk melihat perkembangan informasi lokal dengan cepat dan efisien. Aplikasi ini berbentuk *Default Application* dengan nama PKTV Kaltim.

“Itu jadi terbalik. Mau ndak mau harus kita lakukan karena memang pesaingan usaha terus kepentingan publik ya dan masyarakat semua lebih menarik menggunakan platform lain selain televisi. iyaa... jadi kita link-kan. Silahkan mau lebih panjang dia ada di Website, di Website juga ada streamingnya semua dibikin link. Jadi kalau dikatakan kita sudah merubah mindset penyiaran ya memang iya.” (Teguh, 12/02/2020).

Sejauh ini beberapa konten yang disediakan di Website tidak hanya adaptasi dari naskah televisi, melainkan juga berasal dari beberapa berita dari

luar yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh sejumlah tim redaksi. Mengingat bahwa di tengah era konvergensi seperti saat ini sangat membutuhkan adanya keragaman konten dan informasi. Dalam menu konten dan topik yang ada di Website PKTV juga terdapat sub topik yang bercabang dalam hal informasi yang membahas sistem pemerintahan Kota Bontang. Hal ini bertujuan untuk menjangkau beberapa pembaca yang tidak sempat menonton televisi dalam satu waktu. Berikut beberapa pilihan yang bisa dilihat saat memasuki laman aplikasi Website pkTVkaltim.com.



Gambar 3.1 Menu Topik Berita Website PKTV

(Sumber: <https://pkTVkaltim.com/category/topik/>. Diakses pada: 20/11/1020)

Dengan demikian PKTV berupaya mempertahankan platformnya untuk menyediakan informasi terkini dan tercepat. Beberapa orang bisa membuka Website dan mengikuti perkembangan informasi yang ada di sekitar. Hal ini yang dimaksud dengan memanfaatkan konvergensi teknologi di tengah dasarnya arus perkembangan informasi di era digital. Narasi berita yang dijelaskan lebih rinci dan mendalam dari TV analog diiringi dengan gambar atau foto pendukung yang menjelaskan keadaan di TKP, terlebih lagi akses untuk menjangkau informasi tersebut hanya melalui gadget. Beberapa informasi yang disajikan dalam Website juga mengandung konten tips atau edukasi kesehatan dengan tujuan menjalin kedekatan dengan masyarakat yang sedang membaca berita. Hal ini juga termasuk manajemen internal yang diselipkan melalui beberapa platform dengan tujuan saling mengenal antara masyarakat dengan PKTV.



Berita Kota

Edukasi Pentingnya Protokol Kesehatan, Pupuk Kaltim Gelar Sharing Session Bersama Survival COVID-19

5 days ago

Gambar 3.2 Postingan Berita di Situs Web PKTV

(Sumber: <https://pkTVkaltim.com/edukasi-pentingnya-protokol-kesehatan-pupuk-kaltim-gelar-sharing-session-bersama-survival-covid-19/>. Diakses pada: 17/10/2020)

Tidak jauh berbeda dari Website, YouTube juga menggunakan bahan baku berita dari TV dalam bentuk yang sudah dimodifikasi sesuai dengan platformnya. *Footage* yang diambil dan dibuat serta diisi suara tersebut juga diunggah ke YouTube karena tidak selalu tayang di TV. Keterbatasan tayang di TV ini yang membuat YouTube menjadi alternatif dalam menyebarkan kembali konten yang ada. Hal ini sangat dimanfaatkan karena khalayak saat ini juga lebih fokus mencari informasi melalui *gadget* sehingga YouTube menjadi alternatif bagi beberapa penonton yang tidak bisa selalu ada di depan TV dan bisa menjangkau informasi berbentuk video kapan pun dan di manapun. Tayangan yang disajikan melalui YouTube juga tidak hanya adaptasi dari berita TV, melainkan streaming pendidikan, promosi acara-acara offline, serta hiburan lainnya. Salah satu tujuan menayangkan berita di YouTube juga untuk memperlihatkan hasil dari wawancara yang diproses dari percakapan dengan narasumber yang dimaksud tidak merusak etika jurnalistik yang mengarang berita. Jadi apa yang dikatakan oleh narasumber sesuai dengan apa yang terjadi saat itu dan tidak ada opini atau campur tangan dari penulis atau reporter berita yang sedang bertugas.

“Tapi karena kita berbasis video harus wawancara langsung sehingga masyarakat hanya bisa mendengarkan langsung itu kelebihan kita kalau diketik itu kan kadang opini wartawan muncul

tapi kalo sudah kita yang masuk mereka sudah ndak bisa bohong karena langsung wawancara gitu. Akhirnya itu yang menjadi keunggulan kita.” (Teguh, 12/02/2020).

Secara tidak langsung, YouTube bisa menjadi pelatihan bagi tim redaksi untuk mengembangkan skill dalam mengolah kembali narasi atau naskah berita, dubbing, dan editing yang digunakan untuk produk atau output berita yang ditayangkan. Seperti yang sudah dijelaskan peneliti, konten dan isi yang diberikan sama saja namun ditemukan perbedaan bentuk pada penayangan berita tergantung teplate dan platform yang digunakan. Sama seperti berita di TV, produk berita yang akan dihasilkan sebelumnya juga akan melalui proses *quality control* agar maksimal hasil wawancara yang diberitakan dan pesan yang dibawa bisa tersampaikan. Untuk persebaran berita atau konten melalui platform ini, tidak banyak hal yang perlu dimasalahkan. Pasalnya, beberapa konten adalah hasil dari siaran ulang berita yang ada di TV analog dan streaming konten pendidikan. Namun tidak hanya itu, konten-konten yang mengandung banyak hiburan pun tidaklah sedikit.

Menyoal konten yang beragam, dalam YouTube yang digunakan sudah pasti memiliki *playlist* atau beberapa akategori informasi yang terdapat di dalamnya. Hal ini diciptakan untuk melihat jenis jenis berita yang berbeda sesuai topiknya. Beberapa *playlist* yang ada pada beberapa video yang telah di-*upload* yakni, Warta Khatulistiwa yang menyuguhkan berita seputar Kota Bontang mulai dari politik, hukum, ekonomi, kmunitas atau perusahaan, dan topik lainnya. Kemudian ada Bontang Simple jago yang menunjukkan konten khusus pendidikan yang berupa video atau *live streaming* membahas tentang pelajaran anak sekolah. Setelah itu ada playlist yang berjudul Bontang Dialog, kategori ini khusus untuk informasi yang ditampilkan secara langsung proses mewawancarai narasumber baik *face to face* maupun percakapan secara virtual. Tujuannya untuk menampilkan kejelasan sebuah informasi dan tidak adanya tuangan opini dari tim redaksi karena ditampilkan langsung melalui menjelaskan narasumber.



Gambar 3.3 Tampilan Playlist YouTube PKTV

(Sumber: <https://www.YouTube.com/c/pkTVbontanglive/playlists>. Diakses pada: 20/11/2020)



Gambar 3.4 Streaming Konten Pendidikan YouTube PKTV

(Sumber: <https://www.YouTube.com/watch?v=qK6cJ3PUTwY&list=PLHN9qdahqcX0Q-3JYB1kGeAlxJ1ikqnid&index=2>. Diakses pada: 20/11/2020)



Gambar 3.5 Video Berita dalam Akun YouTube PKTV

(Sumber: <https://www.YouTube.com/watch?v=cnDhmo5jlfg&t=21s>. Diakses pada: 21/11/2020)

Platform ini digunakan untuk membantu khalayak yang tidak sempat atau ketinggalan dalam menonton berita di TV, maka dari itu disediakan siaran ulang di YouTube. Kemudian untuk membantu khalayak yang tidak terlalu minat dalam membaca melalui Website dan ingin melihat berita dalam bentuk video dan suara karena dinilai lebih akurat informasinya. Berdasarkan jenis dan kegunaannya, dua platform ini akan saling terhubung karena masing-masing sudah diberikan *link* untuk bisa menjangkau berita yang sama namun dengan tampilan yang berbeda sesuai platform yang digunakan. Masing-masing platform memiliki karakteristik yang akan selalu berubah tiap masanya. Hal ini juga yang meuntut PKTV tetap harus peka terhadap perkembangan persebaran konten pada sosial media yang ada di dalam konvergensi teknologi dan media saat ini. Upaya yang dilakukan PKTV masih terus berlanjut seiring berjalannya arus dunia teknologi informasi.

c. Pengawasan dan Evaluasi

Pengawasan melalui sosial media dilakukan secara internal tidak hanya dari atasan namun juga seluruh tim redaksi. Namun memang yang memegang kendali adalah Pak Teguh selaku pimpinan sebab beliau mengerti betul bagaimana proses berjalannya alur redaksi pada PKTV dan memantau sendiri dengan menggunakan *gadget* maupun turun langsung. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi dan meminimalisir kekeliruan yang ada pada konten-konten PKTV di berbagai sosial media.

Sama seperti platform TV, pengawasan dan evaluasi juga tidak dilakukan dalam waktu yang paten dan teratur. Evaluasi dilakukan bahkan setiap jam dan setiap hari. Begitu juga dengan pengawasan, direktur juga memegang kendali pada beberapa sosial media yang digunakan PKTV untuk menyebarkan informasi lokal. Dari situ Pak Teguh selaku direktur mulai mengevaluasi hal-hal yang sekiranya harus direvisi dan dibenahi melalui WhatsApp maupun langsung.

“Salah satunya ini yang dia konsultasikan di sini saya tinggal komen misalnya fotonya gelap nah ituu jadi tidak mesti ketemu. Asal udah oke langsung naik. Dan itu memang team mereka saya sudah gak mau tau pokoknya mereka sudah antara narasi, antara

video, atau gambar itu mereka sudah godog (rebus) di atas. Setelah hampir finishing terus mereka ke saya untuk konfirmasi kira-kira ini layak tayang ndak.” (Teguh, 12/02/2020).

Newsroom tersebut digunakan untuk memutuskan sesuatu hal yang penting, lalu sebagai tempat mengawasi wartawan dan juga menentukan berita, jenis dan juga sebagai tempat untuk berkonsultasi dan koordinasi sesama wartawan. Balada adanya bebrbagai produk yang dihasilkan, yakni video, online, cetak, redaksi sudah mengontrol kinerja tim melalui satu pimpinan media. Masardi S & Jafaruddin Y (2017: 89-90).

3. Sosial Media (Facebook, Instagram, dan Twitter)

a. Perencanaan

Pada awal topik, peneliti telah menjelaskan bagaimana PKTV megubah manajemen menjadi serba digital dan mendahulukan sosial media. Perencanaan ini sudah dilakukan sejak tahun 2018 karena jika tidak segera dilakukan PKTV akan semakin tertinggal dalam mnyampaikan berita lokal. Sama dengan platform lainnya, Facebook, Instagram dan Twitter juga dirancang untuk menyebarkan informasi lokal. Sesuai dengan manajemen dan upayanya, konten dan berita yang disampaikan mengandung isi yang sama tetapi berbeda pada hasil akhirnya berdasarkan masing-masing jenis platform yang digunakan. Dibutuhkan keahlian khusus dan pemahaman yang cukup inovatif dalam merencanakan pengolahan output berita yang akan disajikan di beberapa platform ini. Pasalnya, hanya menampilkan berita sajakhalayak tertarik dengan sosial media yang digunakan. Seperti yang diketahui oleh peneliti, perkembangan era membuat para pengguna teknologi khususnya di bidang sosial media terus melakukan inovasi yang membuat internet menjadi hal yang sangat digandrungi selama ini. Maka dari itu perencanaan guna memanfaatkan sosial media sangat menentukan dan menjadi ajang untuk belajar bagi jurnalisme multimedia untuk dalam mengasah skill.

“Sebetulnya semua konten yang ada di PKTV itu prinsipnya sama dalam penyampaiannya di berbagai macam platform tadi ya, tapi sekarang kami mencoba untuk sedikit membedakan kemasannya.

Contoh nanti dilihat, Facebooknya PKTV itu menyampaikan gambar yang tidak bergerak dengan penjelasan narasi di bawahnya. Berbeda dengan Instagram dengan penjelasannya yang lebih singkat.” (Teguh, 12/02/2020).

Menurut peneliti, perencanaan pada manajemen penggunaan Facebook, Instagram, dan Twitter tidak memiliki banyak persoalan karena sudah terstruktur dan hanya membutuhkan beberapa proses *editing* yang akan menghasilkan produk berita dari naskah sebelumnya. Meskipun ada beberapa konten yang juga tidak tayang di televisi namun penggunaan sosial media ini sangat berpengaruh terhadap arus redaksi dalam penyiaran berita dalam bentuk yang lebih modern dan bisa diterima di berbagai kalangan.

b. Pelaksanaan Penyebaran Berita

Seperti yang sudah dijelaskan dan dijabarkan oleh peneliti, konten berita yang diunggah di beberapa sosial media ini juga tetap sama. Hanya saja beberapa media sosial yang digunakan ini cepat dan selalu ada pembaruan. Karena tidak dapat dipungkiri lagi pada era digital saat ini khalayak memang berpindah ke sosial media dalam mencari informasi karena dinilai praktis, cepat serta tidak terbatas oleh waktu seperti tayangan pada jadwal yang sudah ditentukan di TV. Dengan menguasai *skill* di bidang visual yang sangat dibutuhkan dalam bersosial media, PKTV mengusahakan agar setiap page-nya akan terlihat menarik. Berita yang diunggah dalam Facebook, Twitter, dan Instagram sebagian besar hanya mengandung foto pada peristiwa berita dan sedikit tulisan keterangan yang nantinya masing-masing akan diberikan link untuk menuju ke Website yang lebih lengkap pembahasannya dan tulisannya.

“Oh iya iya kalo misalnya, ngga sih kalo di FB sama di twitter itu kan berbentuk link aja. Karena waktu kami taruh link itu otomatis gambar beritanya keluar. Untuk Instagram sendiri itu dikasih frame khusus untuk apa.. kan kalo Instagram orang lebih ke visual ya. jadi dikasih frame khusus dengan ada judul singkat sama keterangan gambar singkat, tapi digambar lain tetap kami

beri eee apa ya istilahnya... ringkasan beritanya sama link berita. Kalau mau jelas liatnya di PKTVBONTANG.id itu.” (Rudy, 12/02/2020).

Tidak hanya tentang berita, beberapa sosial media ini juga digunakan untuk menayangkan konten hiburan, iklan berbayar, acara-acara offline, serta tips-tips. PKTV sangat mengoptimalkan penggunaan sosial media ini untuk menarik khalayak atau penonton. Karena remaja dan kaum millennial juga menjadi salah satu target sasaran PKTV dalam mengelola konten. Pada tahap manajemen ini tim redaksi dituntut untuk peka terhadap perkembangan desain dan konten yang akan dibuat karena tidak hanya menyebarkan berita semata. Tampilan informasi yang dibawakan juga harus terlihat semenarik mungkin. Baik konten berita, hiburan, maupun konten iklan. Selain itu upaya pada platform-platform yang digunakan juga diharapkan akan membantu dalam mengumpulkan audiens.

Dilihat dari Instagram, sosial media ini adalah platform yang memang sudah menjadi “rumah kedua” bagi kaum muda dan kalangan usia lainnya karena dinilai cukup efektif dalam menemukan informasi terkini. Pada awalnya Instagram hanyalah platform yang digunakan untuk mengunggah status berupa gambar dan penjelasan berbentuk tulisan di bawahnya atau bisa disebut dengan caption. Kemudian seiring berjalannya waktu, platform ini lantas dimanfaatkan untuk berbagai tujuan. Seperti mempromosikan dagangan, menyampaikan informasi dan berita, menayangkan sesuatu, dan yang paling banyak adalah konten bersifat hiburan. Maka dari itu, tidak heran lagi jika kini Instagram telah menyita perhatian banyak kaum dari segala golongan usia karena perannya yang bisa dibilang multifungsi. Hal ini yang dilakukan oleh PKTV untuk mengupayakan pertahanan eksistensi di era konvergensi ini. Melalui internet PKTV diharapkan bisa menjelajah dan melebarkan sayapnya yakni melebur dengan berbagai sosial media yang memiliki peran besar saat ini.

Telah dijelaskan oleh peneliti bahwa Instagram memegang peran cukup besar dalam dunia maya. Maka dari itu inovasi dan improvisasi serta keratifitas terus akan berkembang. Platform ini memang jika hanya digunakan untuk menyajikan berita yang ada pada naskah Website akan sangat membosankan. Maka dari itu desain pada visual yang ada di setiap feeds-nya harus dipertahankan. Pada tahap persebaran ini juga menjadi tantangan bagi tim yang

bertugas di bidang sosial media untuk terus mengasah keahlian dalam berkreasi dan mengembangkan konten yang menarik bagi khalayak. Pada pengembangan konten sudah tertata dalam tahap perencanaan sebelumnya, hanya saja apa yang ditayangkan di Instagram sewaktu-waktu bisa berubah karena keadaan eksternal yang mungkin mengalami fenomena atau peristiwa yang harus segera diberitakan. Mengoptimalkan Instagram sangatlah diupayakan PKTV, mengingat sosial media adalah prioritas utama mereka dalam menyebarkan berita dan informasi serta konten-konten lainnya.

Sejalan dengan idealisnya, PKTV adalah media asumber informasi yang menyajikan berita dan informasi lokal. Maka dari itu konten berita yang ditampilkan di Instagram juga berupa berita keadaan sekitar Kota Bontang. Jika diperhatikan, memang topik pada konten berita yang disajikan kebanyakan membahas bagian pemerintahan Kota Bontang namun tidak hanya itu. Beberapa konten juga kerap mengisi tampilan innstagram PKTV, yakni perkembangan atau beberapa peristiwa yang ada di daerah sekitar. Kemudian konten yang memberitakan komunitas-komunitas yang membuka usaha atau perdagangan jenis apa saja. Hal ini juga dilakukan untuk membantu beberapa pemilik usaha yang sedang ingin mempromosikakn dagangannya melalui Instagram PKTV dan dijadikan konten untuk mengisi feeds Instagram. Tidak hanya itu, konten yang memperlihatkan pelestarian budaya juga ditampilkan, kemudian kegiatan-kegiatan dari komunitas sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

Melalui tenplate yang berupa gambar, video, dan caption, Instagram PKTV juga mengunggah konten tentang pengumuman kgiatan seperti lomba, acara pengajian, dan *event-event off air* lainnya yang bisa dibilang mendatangkan profit bagi PKTV arena telah menyebarkan informasi tersebut melalui sosial media. Penjelasan pada rencana berjalannya alur produksi berita ini sudah disiapkan sebelunya. Pada format berita yang ditampilkan di Instagram, caption atau penjelasan singkat yang ada pada *feeds* Instagram PKTV juga terdapat link yang akan menuntun pembaca menuju Website dengan narasi berita yang lebih jelas mengenai berita yang ditulis.



Gambar 3.6 Tampilan Berita Daerah pada Akun Instagram PKTV

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CBCV2RUBd1/?igshid=fz49q9xhae4t>. Diakses pada: 5/6/2020)

Kemudian ada Facebook yang masih diakses oleh berbagai kalangan usia khususnya usia lanjut. Platform ini juga memiliki peran yang cukup kuat dalam penyebaran berita. Memanfaatkan sosial media menjadi platform penyebaran berita sudah bukan lagi hal yang baru bagi masyarakat. Berangkat dari kebutuhan masyarakat yang gemas bermain Facebook dan intensitas pengguna Facebook juga masih tinggi, PKTV pun memanfaatkannya. Tidak jauh berbeda dengan Instagram, format tampilan yang ada di Facebook juga berupa gambar, video, serta penjelasan singkat atau caption yang menjelaskan informasi. Isi berita dan informasi yang ditayangkan juga tidak jauh berbeda dengan platform lain yang digunakan. Beberapa video berita yang ditayangkan juga berasal dari cuplikan Instagram, hanya saja caption yang sedikit berubah sesuai dengan template Facebook. Untuk berita yang selengkapannya sama seperti yang lainnya, untuk narasi berita yang lebih jelasnya tersedia di link yang akan mengantarkan pembaca menuju Website.

Pada platform Twitter, sebenarnya fungsinya hampir mirip dengan yang lainnya. Hanya saja yang membedakan adalah tampilan dan template pada Twitter yang terlihat lebih *simple*. Pada tampilan Twitter tidak memerlukan banyak effort atau perencanaan yang signifikan dalam pelaksanaan karena tidak membutuhkan desain visual. Penyebaran berita pada Twitter hanya berupa cuplikan singkat berita yang akan disambungkan ke link menuju Website atau YouTube tergantung berita yang ditampilkan dan dicari oleh khalayak.



Gambar 3.7 Tampilan Berita Daerah pada Akun Facebook PKTV

(Sumber: https://m.Facebook.com/story.php?story_fbid=3805293329492823&id=100000365798916.
Diakses pada: 18/12/2020)

Selain itu dengan adanya fitur komentar membuat para penonton atau masyarakat bisa turut memberikan feedback dari konten yang disampaikan melalui masing-masing platform. Hal ini menciptakan kedekatan yang terjadi antara PKTV dan khalayak penonton karena pihak tim juga bisa membalas komentar yang diberikan membuat interaksi semakin terjalin.

c. Pengawasan dan Evaluasi

Dalam tahap ini seperti yang sudah dijelaskan di platform sebelumnya, direktur juga memegang kendali terhadap semua akun sosial media milik PKTV karena beliau sangat mengetahui dan ingin menjaga alur produksi konten PKTV bisa berjalan dengan lancar dan minim kekeliruan.

“Saya malah memanfaatkan media sosial saat ini untuk memantau teman-teman. Terutama untuk yang tertutup ya grup internal itu. Setiap apa yang saya temukan di luar saya langsung update di situ. Saya langsung share setiap memantau dan mengawasi termasuk mengevaluasi ya ya beberapa kerjaan, tidak ada bedanya dulu juga rutin ketemu sekarang ada tambahan lagi dengan adanya media komunitas kita lah..” (Teguh, 12/02/2020).

Dalam evaluasi yang dilakukan setiap saatnya, kegiatan tersebut juga menjadi ruang diskusi bagi tim dan direktur. Tidak hanya berbagi saran, namun tim dan karyawan juga memberikan masukan untuk direktur begitu juga sebaliknya. Dengan ini maka terjadilah perkembangan diskusi dengan mencocokkan opini masing-masing pekerja untuk menghasilkan konten dan yang lebih baik dan inovatif.

“Arahan tetep dari Pak Teguh. Karena kan biasanya segala sesuatu misalnya kayak kita kemaren frame baru buat Instagram itu ya tetep diskusikan Pak Teguh maunya sperti apa karna ungkin beliau udah lama juga kan disini jadi apa yang diinginkan pemirsa itu kita obrolin. Pak teguh juga terima masukan-masukan, jadi nanti hasil dari diskusi itu diaplikasikannya ke, mmm, apa yang pengen dibuat itu tadi kayak iklan, poster, pamflet segala macam untuk keperluan Instagram kan tetep diobrolkan sama team.” (Rudy, 12/02/2020).

Di samping itu peneliti menyadari sebuah kultur yang terbangun dalam diskusi yang dilakukan setiap waktunya, yaitu *downward flow of communication* atau *upward flow of communication*. Yang berarti pesan juga bisa disampaikan dari bawahan untuk atasan, tidak selalu hanya pesan bawahan yang menerima pesan atau koreksi dari atasan. Hal ini terlihat dari diskusi yang dilakukan hampir setiap harinya walaupun tidak melalui percakapan tatap muka, namun pesan-pesan dan masukan serta diskusi internal terus berjalan demi terlaksananya kenaikan berita.

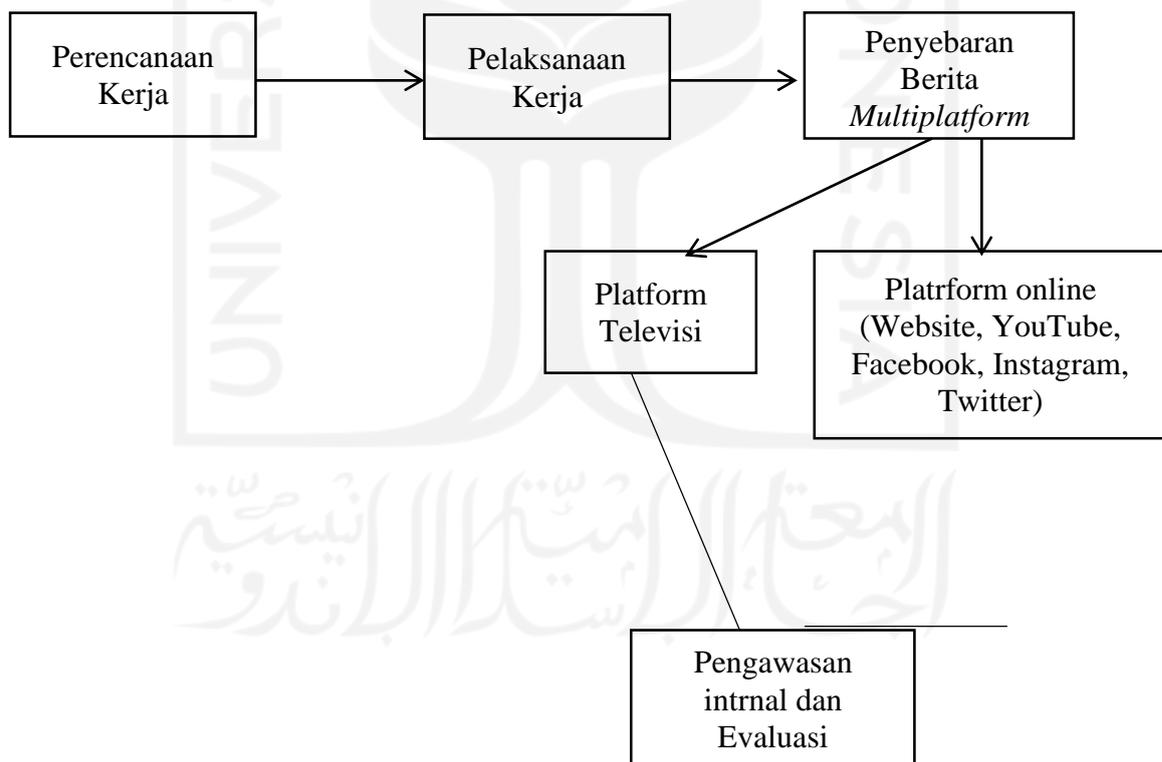
B. Pembahasan

Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV) adalah TV komersial swasta yang menyediakan informasi lokal di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Televisi yang berdiri dengan bantuan Masjid Baiturrahman ini mulai mengudara pada tahun 1998. Televisi lokal ini menyajikan informasi seputar ekonomi, politik, pendidikan, kehidupan sosial, *life style*, hiburan, serta pelestarian budaya. Contohnya pelestarian budaya dengan menjual produk lokal melalui *home shopping*, kunjungan wali kota ke suatu acara, dan pelajaran-pelajaran bagi anak sekolah. Konten-konten ini digoreng menggunakan tahap-

tahap manajemen redaksi yang diterapkan ke TV dan beberapa platform yang diutamakan.

Pengelolaan TV lokal ini dilakukan oleh PKTV sendiri. Dari segi mencari narasumber, membuat konten, mencari partner kerja sama yang menguntungkan demi mempertahankan pemasukan PKTV sendiri. Dan berbagai upaya yang dilakukan untuk membangun PKTV menjadi sarana informasi lokal yang bertahan hingga saat ini. Dengan kata lain PKTV sendirilah yang memegang kontrol atas apa yang mereka bangun, produksi, dan peroleh tanpa campur tangan dari pihak mana pun. Mengubah manajemen dengan digitalisasi atau *multiplatform* adalah aksi yang dilakukan PKTV untuk tetap bertahan di tengah arus konvergensi media saat ini.

Secara garis besar dilihat dari hasil temuan yang telah dipaparkan oleh peneliti di atas, berikut ini adalah struktur alur pelaksanaan redaksi PKTV dengan menggunakan adaptasi dari manajemen redaksi berbasis *newsroom*, agar persebaran informasi lokal ini bisa diterima dengan lapang oleh khalayak:



Bagan 3.1 Tahap Produksi Berita PKTV

Peneliti mencoba menjabarkan struktur alur redaksi pada PKTV mulai dari platform TV hingga beberapa platform sosial media berdasarkan masing-masing kegunaannya serta perannya dalam mempertahankan eksistensi sebagai media lokal. Walaupun medya utamanya adalah televisi lokal yang menyuarakan berita daerah, namun perkembangan teknologi membuat platform ini semakin tertinggal dan menuntut PKTV untuk terus mencoba berbagai bidang platform guna mempertahankan eksistensinya. Maka dari itu jenis konvergensi yang digunakan adalah konvergensi teknologi yang menghasilkan *multiplatform* dengan ciri khas dan template yang berbeda sehingga diharapkan dapat tetap berdiri sebagai sarana sumber informasi daerah masa kini. Beberapa tahapan proses redaksi harus dilakukan dengan matang dan terorganisir.

Tahapan kerja yang dilakukan tidak lain adalah perencanaan dan pelaksanaan, penyebaran berita melalui beberapa platform, pengawasan dan evaluasi pada masing-masing platform yang digunakan sesuai dengan *output* yang dihasilkan, sebagai berikut:

Tahap perencanaan ini dilihat dari temuan yang sudah dibahas, PKTV merumuskan tentang kapan, apa, siapa, dan bagaimana melaksanakan suatu kegiatan proyeksi yang nantinya akan menjadi alur atau siklus pelaksanaan kerja. Perumusan ini dilakukan guna memutar otak agar PKTV terus menyajikan berita baru di setiap harinya, sesuai dengan misi menjadi **“sarana dan media komunikasi yang efektif bagi masyarakat”**.

Dengan ini PKTV menggunakan segala kemungkinan serta prediksi-prediksi pada perencanaan proyeksi. Maka dari itu para tim diharuskan berbekal pengetahuan dalam perumusan rencana agar saat turun ke lapangan bisa langsung mengeksekusi narasumber yang telah direncanakan.

1. Perencanaan Awal

Berita yang akan ditulis atau diproduksi sudah dijabarkan dan dibagikan bentuk akhirnya. Dalam proses ini sebenarnya bahan yang akan disiarkan di setiap platformnya sama saja, namun pada beberapa peristiwa atau fenomena tertentu bisa saja beberapa berita terlebih dulu direncanakan untuk diliput dan disiarkan melalui sosial media. Karena prioritas PKTV dalam menyajikan berita saat ini adalah sosial media (Website, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter) yang menyiarkan berita dalam waktu singkat dan cepat dari pada TV analog yang harus melakukan banyak tahapan.

Namun sayangnya karena beberapa hal yang tidak bisa dikendalikan seperti faktor eksternal, pembentukan rencana yang sudah dirancang menjadi tidak sesuai

harapan. Hal ini bisa terjadi kapan saja karena sebuah peristiwa terjadi tanpa waktu



yang tetap dan memiliki dinamis. Seperti yang telah dijelaskan oleh Morisan (2008:143) bahwa jika telah ditetapkan suatu perencanaan, maka hal tersebut harus diimplementasikan, namun dalam perumusan juga harus dipertimbangkan fleksibilitasnya agar sesuai dengan situasi juga kondisi yang ada. Dengan ini perlu diperhatikan proses ini hanyalah perencanaan yang bersifat tidak tetap, sementara serta dinamis tergantung situasi serta kondisi pada lapangan. Hal ini menuntut tim wartawan untuk selalu peka dengan lingkungan sekitar, sekalipun merancang rencana yang bersifat jangka panjang maupun pendek hal-hal seperti ini juga perlu diperhitungkan.

Pada proses ini, penggunaan platform juga termasuk tahap perencanaan dalam menyajikan berita. Salah satunya ialah penggunaan media online, pada masa digital seperti sekarang penggabungan fungsi pada satu media telah marak terutama di bidang industri media informasi. Dalam melakukan inovasi ini, tim redaksi memang membutuhkan banyak penyesuaian dan riset dalam mengendalikan beberapa platform tersebut. Dilihat dari teori konvergensi menurut Jenkins (2001: 193), ada empat jenis konvergensi, yakni konvergensi teknologi, konvergensi sosial, konvergensi ekonomi, dan konvergensi budaya. Berdasarkan observasi peneliti, jenis konvergensi yang digunakan oleh PKTV adalah **konvergensi teknologi** yang menggabungkan beberapa isi dari media konvensional ke dalam suatu sistem media digital, kemudiannya diproses dan dikirim ke platform lainnya. Teknologi memunculkan beragam format multimedia atau *multiplatform* pemberitaan. *Multiplatform* yang dimaksud adalah meliputi teks, tulisan, video, gambar, animasi atau infografis (Bardoel dan Deuze, 2001). Hal ini yang dimaksud tim redaksi harus melakukan riset dan pengetahuan yang cukup untuk mengendalikan berbagai platform yang nantinya akan digunakan. Balada penggunaan media sosial (Website, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter) adalah media kedua PKTV yang digunakan untuk penyebarluasan informasi lokal.

Faktor yang mendorong PKTV menggunakan konvergensi media seperti yang dikatakan oleh Habibi (Jurnal Komunikasi, No. 1 . 2010: 08) ada beberapa sebab antara lain perkembangan teknologi yang modern, pelatihan jangka panjang, serta karyawan yang multitasking dan kemampuan struktur organisasi media itu sendiri. Apabila dilihat dan dipahami dari teori dan temuan, sebenarnya beberapa sebab di atas telah menjawab seluruh tantangan yang dialami PKTV. Pasalnya pola

bermedia masyarakat pada saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan internet dalam mencari informasi. Tidak heran bila masyarakat perlahan memilih menggunakan media online dikarenakan kemudahan mengaksesnya serta kecepatan dari internet itu sendiri dan mulai meninggalkan media TV analog. Pada kondisi inilah yang menyadarkan PKTV untuk mengubah manajemen tidak lain dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi mengingat seluruh media harus mengikuti arus perkembangan bermedia online.

Dengan begitu, kemampuan bekerja karyawan multitasking dan penataan struktur manajemen sekaligus penerapan metode *single player* yang terus diupayakan hingga saat ini, mampu menjawab tantangan atau keresahan bagi media penyiaran lokal yang mengikuti arus perkembangan teknologi yang terjadi saat ini di tengah masyarakat. Sangat disayangkan, indikator atau sebab-sebab tersebut tidak diimbangi dengan pelatihan karyawan yang dilaksanakan dalam jangka panjang terkait dengan jurnalistik dan pengetahuan skill konvergensi media, yang nantinya digunakan untuk meningkatkan kualitas berita pada media yang digunakan.

2 Pelaksanaan Penyebaran Berita

PKTV menggunakan sistem *single player* yang dimaksud dengan tiap individunya sudah mengerti dalam pembagian tugas. Masing-masing tim sudah dibekali dengan keahlian yang diasah setiap harinya mulai dari melaksanakan liputan di lapangan, mewawancarai narasumber, menulis naskah berita, *editing*, serta menerbitkannya. Hal ini bisa dilakukan dalam satu waktu bahkan dilokasi wawancara sekali pun. Dengan pelaksanaan yang dilakukan oleh tim PKTV tersebut peneliti menyimpulkan bahwa proses pelaksanaan kerja reporter adalah menganut sistem *multi tasking* yang berarti sanggup mengerjakan beberapa hal dalam satu waktu. Penulisan naskah berita untuk TV analog sedikit lebih rinci dan diberi beberapa footage sesuai peristiwa. Setelah itu editing naskah berita diubah menjadi narasi bacaan yang nantinya akan dilepaskan melalui Website, YouTube, instagam, Facebook, dan Twitter. Begitu juga dengan gambar pendamping serta video dan audio yang melengkapi berita. Dalam proses pelaksanaan yang dijalankan, tim yang berada dalam divisi sosial media terkadang juga turut menyunting naskah berita sesuai template pada platform yang digunakan serta membuat desain pada tampilan-tampilannya. Meski begitu ada juga proses pelaksanaan mengelola informasi yang tidak sesuai dengan berita yang akan tampil

di TV analog dikarenakan berita tersebut harus segera diunggah dan sifatnya sementara atau terjadi peristiwa yang tak terduga sehingga karyawan harus bergegas mengolah berita tersebut ke sosial media lantaran dinilai cepat dan efektif.

Pada awalnya metode penerapan *single player* diterapkan tidak hanya di televisi melainkan juga pada konvergensinya. Hal ini merupakan bentuk mengoptimalkan hambatan yang ada yakni keterbatasan SDM yang ada. Hal ini mempengaruhi pada sistem bekerjanya siklus berita yang kadang tertinggal dengan media berita lainnya karena terbatasnya tenaga kerja. Ditambah lagi adanya hambatan finansial pada perusahaan yang membuat beberapa alat atau keperluan pekerjaan juga ikut terhambat. Balada penggunaan media sosial kini telah menjadi alat untuk penyebaran berita, tidak heran jika membutuhkan pengeluaran sedikit lebih banyak dari pada satu jenis platform saja yakni televisi. Dua **faktor hambatan** tersebut saling mempengaruhi proses pengelolaan dan pelaksanaan konvergensi media yang digunakan. Pasalnya, bekerja di bidang penyiaran khususnya menjadi jurnalis *multiplatform* dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam menyajikan tayangan informasi yang menarik serta bermanfaat dari segi konten dan penataan editing agar memikat khalayak untuk terus menonton program PKTV, apalagi platform yang digunakan adalah Website, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter.

Sedangkan dalam hal SDM yang cukup terbatas terdapat beberapa kekurangan dan kelebihan. Walaupun para karyawan merasa sanggup mengerjakan semuanya sendiri sesuai pembagian tugas yang ada, tetap saja beberapa hal menjadi penghambat berjalannya pelaksanaan kerja. Seperti kurangnya pelatihan jurnalisisme modern yang terkadang menghasilkan beberapa konten yang dinilai stagnan. Padahal kecanggihan teknologi saat ini sangat mendominasi pengaruh bermedia pada masyarakat saat ini. Apabila dilakukan pelatihan yang rutin kepada para karyawan pasti akan sangat membantu dalam menghadirkan ide-ide baru dan variasi dalam bermedia apalagi karakter Website, YouTube, Instagram, Facebook dan Twitter sangat dinamis dan terus berkembang dari segi visual hingga pemyanpaian kontennya. Hal ini akan sangat bermanfaat jika benar-benar diterapkan, namun yang terjadi adalah pelatihan jurnalistik yang sangat penting ini jarang dilakukan dan mengandalkan tutor sebaya dan memperhatikan produk- produk berita pada media lain yang sudah maju.

Kemudian terkait aspek keuangan, merupakan peranan penting dalam hal peralatan dan bertambahnya kebutuhan lain semenjak mulai menggunakan konvergensi teknologi. Anggaran yang tadinya hanya dikeluarkan untuk kebutuhan televisi kini juga bertambah menjadi kebutuhan kuota internet dan harus menyiapkan *smatrphone* khusus untuk proses *uploading* an beberapa kebutuhan baru lainnya. Dengan kata lain, beberapa informasi yang tadinya berbentuk infomasi yang hanya ada di televisi bisa berubah menjadi hal yang prakti apabila diakses melalui konvergensi teknologi bagi paraa khalayak. Maka dari itu, dibutuhkan peralatan-peralatan yang mendukung prorosos digital yang digunakan untuk media konvensional maupun media konvergensi. Namun pada kenyataanya, pemasukan PKTV belum sebanyak itu mengingat TV lokal ini adalah media yang berdiri sendiri dan dirasa kurang jika hanya mengandalkan dana dari yayasan dan beberapa iklan kecil. Hal ini mendorong PKTV untuk terus mencari cara dalam mendapatkan pemasukan dari berbagai kegiatan sosial demi mempertahankan perusahaannya.

Apabila mengamati beberapa faktor penghambat konvergensi yang dijabarkan oleh Khadzid (Jurnal Komunikasi Profetik, No. 1, 2016: 10-11) yakni minimnya kemampuan SDM (jurnalis) dalam manajemen redaksi, serta tidak ditunjang dengan kondisi infrastruktur yang memadai. Dengan kata lain penjelasan teori dan kenyataan pada manajemen konvegernsi teknologi (*multiplatform*) PKTV sangatlah berkaitan. Kondisi infrastruktur yang dibutuhkan belum begitu memadai ditambah harus mencari pemasukan demi kebutuhan konvergensi, kemudian kemampuan jurnalis masih harus dibimbing beberapa. Terdapat perbedaan pada setiap jurnalis dalam melaksanakan pekerjaan.

Usai proses pelaksanaan berita, pada tahap penyebaran berita ini naskah atau program yang telah siap akan disiarkan di TV analog sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan pada hari-hari tertentu dan sudah direncanakan sebelumnya. Program yang ditampilkan seputar berita politik, hiburan, ekonomi, pemerintahan dan lainn sebagainya. Jadwal waktu penayangan program tiap minggunya juga telah disusun pada hari biasa yaitu senin sampai jum'at PKTV akan beroperasi pada pukul 07.00 - 20.00, sedangkan pada akhir pekan mulai 16.00 - 22.00. Tidak hanya menyediakan informasi dari dalam kota, PKTV juga menerbitkan berita seputar daerah Kalimantan Timur dan sekitarnya. Untuk memperluas jangkauan berita dan konten yang ditampilkan di TV analog agar tidak terlihat monoton mengingat

PKTV hanyalah TV lokal. Tim pelaku yang bertugas pun sama yakni mereka yang juga bergerak dalam divisi pemberitaan, mengingat sistem kerja mereka adalah *multi tasking*. Sedangkan untuk berita online, tim produksi hanya menunggu turunnya naskah berita yang akan diterbitkan ke televisi yang nantinya akan naik ke sosial media seperti Website, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Dalam beberapa situasi tertentu berita yang dinilai bersifat sementara dan cepat akan diupload ke sosial media terlebih dahulu dari pada di televisi karena akses dan waktu yang cepat serta praktis dalam mengunggah sebuah berita dalam sekejap. Berbeda dengan di televisi yang harus menunggu jam siaran khusus. Selain itu juga faktor televisi yang mulai ditinggalkan sehingga media sosial menjadi alternatif dalam menyiarkan berita dengan format visual, audio, dan tulisan yang sedikit disunting.

Penggunaan media sosial ini juga termasuk dalam rumusan perencanaan proyeksi karena dinilai meringankan proses pencarian dan penyebaran informasi. Konvergensi juga merupakan penggabungan berbagai bentuk media di dalam satu *gadget*. Kemudian di dalam gadget tersebut terisi beberapa platform yang sama fungsinya dengan media-media yang tadinya terpisah. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan media sosial (Website, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dll) sebagai alternatif penyebaran informasi yang diandalkan oleh PKTV.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, media sosial menjadi manajemen utama PKTV dalam menyebarkan informasi demi mempertahankan eksistensinya serta membantu proses penyampaian berita. Untuk berita pada televisi analog, sama halnya dengan TV pada umumnya menyiarkan berita dari naskah yang sudah ditulis oleh tim serta menampilkan beberapa video yang menggambarkan situasi kejadian pada berita. Produk berita inilah yang nantinya juga dibawa ke sosial media sesuai porsi dan kegunaannya serta sasaran penonton berdasarkan masing-masing platform.

Menyoal pengolahan konvergensi teknologi dan *multiplatform*, hal ini tidak hanya sembarangan dilakukan melainkan dengan riset serta pengetahuan guna mempertahankan eksistensi PKTV itu sendiri. Setiap sosial media yang digunakan memiliki ciri khas dan kegunaannya masing-masing dalam menyebarkan berita. Sebenarnya tidak ada tatanan strategi yang berbeda secara signifikan antara satu platform dengan yang lainnya. Namun beragamnya khalayak yang menggunakan berbagai sosial media ini yang membuat output berita menjadi berbeda. Beragam khalayak dalam artian dari segi usia dan intensitas penggunaan sosial media yang

digunakan seperti Instagram yang penggunaanya paling banyak adalah remaja atau usia dewasa dan jarang sekali ada orang tua yang menggunakannya. Berbeda dengan Facebook yakni sosial media yang paling simple yang digunakan oleh beberapa kalangan usia tua dan masih banyak masyarakat yang mencari sumber informasi melalui platform ini.

Dengan tim yang sama, persebaran berita melalui Website yang berupa tulisan serta gambar pendamping juga telah digunakan cukup lama oleh PKTV. Dengan tampilan berita bacaan yang cukup jelas dan lengkap kontennya, PKTV berharap minat baca masyarakat meningkat. Tidak hanya itu, berita dan konten-konten yang diunggah di Website juga diupayakan untuk menarik khalayak yang tidak sempat melihat berita di TV pada saat-saat tertentu sehingga dapat dengan mudah mengakses berita di Website PKTV yang telah disediakan. Biasanya pada berita Website banyak menampilkan tentang politik dan pemerintahan dalam Kota Bontang dan sekitarnya. Untuk beberapa berita yang akan dilanjutkan ke sosial media yang lain, berita yang ada di Website biasanya dishare dalam bentuk link guna memudahkan khalayak dalam mencari akses untuk langsung menuju ke topik berita yang ada di Website.

Selain itu persebaran berita dalam bentuk *footage* atau sorotan video pada berita juga sangat dimanfaatkan yang disajikan untuk beberapa masyarakat yang lebih senang mencari informasi dengan menonton daripada membaca. Konten yang disebar melalui YouTube ini juga beberapa adalah adaptasi dari naskah dan video dari TV. Biasanya program yang sudah ditayangkan di TV akan ditayangkan kembali di YouTube guna menjangkau khalayak yang tidak selalu ada di rumah. Kemudian di platform ini juga menayangkan streaming berita, streaming pelajaran sekolah, hingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh beberapa komunitas yang nantinya akan memperoleh pengikut atau *subscriber* yang menjadi penonton PKTV yang nyata dan terlihat kuantitasnya. Dari situlah PKTV melihat perkembangan eksistensinya dan terus mengupayakan penggunaan sosial media ini.

Seperti yang diketahui beberapa sosial media ini juga digunakan untuk menunjang proses penyebaran berita sesuai dengan masa kini dan paling banyak digunakan oleh khalayak terutama generasi muda, yakni Facebook, Instagram, dan Twitter. Pada era ini platform-platform tersebut bisa dibilang berdampak besar sebagai sarana penyebar informasi. Pasalnya saat ini hampir sebagian besar khalayak menggunakan beberapa sosial media tersebut untuk mencari dan

mengunggah suatu informasi baik bersifat individu maupun umum. manajemen penyebaran berita dengan tiga sosial media ini juga tidak jauh dari bahan konten sebelumnya, hanya saja tidak seluruhnya dituangkan. Pada proses ini informasi yang diunggah hanya berupa foto pelengkap dan sedikit keterangan peristiwa atau biasa disebut *caption*. Setelah itu dibagian bawah *caption* akan ditambahkan *link* yang akan terhubung dengan situs Website dan YouTube untuk informasi yang lebih panjang dan jelas. Tidak hanya itu, informasi yang disajikan juga berupa tips-tips menarik, pengumuman lomba kegiatan, serta acara-acara yang juga merupakan iklan berbayar.

3. Pengawasan & Evaluasi

Berjalan dengan proses pelaksanaan penyebaran berita yang menggunakan berbagai media tersebut, pengawasan tetap dilakukan di setiap platformnya. Pengawasan internal ini dilakukan oleh pimpinan perusahaan melalui pengendalian sosial media yang digunakan sebab beliau juga memiliki *password* dari masing-masing platform. Selain itu dalam pengawasan alur redaksi, para koordinasi berita dan sosial media juga mengajukan sendiri progress yang dikerjakan.

Pengawasan ini sejalan dengan evaluasi yang dilakukan setiap hari dan setiap jam. Masukan-masukan yang diberikan untuk tim agar menghindari adanya hal yang tidak diinginkan. Evaluasi ini juga menjadi kultur diskusi bagi para karyawan PKTV. Diskusi yang dilakukan juga bisa dikatakan sebagai pengasahan skill pada tim. Yang sangat diperhatikan adalah skill dalam penulisan berita, pengambilan gambar, *editan* pada video, serta desain visual pada Instagram. Selain itu pada tahap diskusi, masukan atau koreksi tidak hanya berasal dari pimpinan ke bawahan, tetapi juga masukan dari tim untuk pimpinan yang disebut istilahnya dengan *downward flow of communication* atau *upward flow of communication*.

Meski konsep yang dimiliki PKTV adalah satu pusat dengan berbagai media, terkadang memang beberapa konten yang diharapkan cepat dengan menggunakan beberapa sosial media juga bisa tertinggal oleh media sumber informasi lain. Namun hal ini tidak membuat PKTV lantas terpuruk justru dengan kecepatan berita yang disajikan media lain biasanya kurang dalam akurasi berita. Hal ini yang dimanfaatkan oleh PKTV untuk mencari keakuratan berita sehingga jauh dari *hoax* lantas hal ini menjadi keunggulan dalam menyajikan informasi.

Selain itu hambatan yang dialami PKTV ialah kurang meratanya skill yang dimiliki oleh masing-masing jurnalis yang bekerja dikarenakan minimnya waktu untuk melakukan pelatihan jurnalisme. Selanjutnya hambatan pada finansial perusahaan yang membuat tertundanya beberapa proyeksi dan membutuhkan waktu untuk mengumpulkannya mengingat PKTV mengolah pemasukannya sendiri tanpa bantuan dari perusahaan lain. Tidak hanya finansial, hambatan eksternal juga dirasakan dari khalayak yang kini mulai meninggalkan TV lokal maupun nasional. Hal ini sudah jelas disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi sehingga sumber informasi dari mana saja bisa dijangkau dengan mudah, cepat, dan efisien.

4 Analisis SWOT pada manajemen *Multiplatform* PKTV dalam Mempertahankan Eksistensinya

Dalam temuan yang dijabarkan peneliti menemukan beberapa faktor hambatan dan dorongan yang berpengaruh pada proses berjalannya alur manajemen redaksi dalam mengolah informasi. Faktor tersebut berasal dari dua hal, yakni dari dalam (internal) dan luar (eksternal) perusahaan yang bisa dikategorikan sebagai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*thread*).

a. Kekuatan dan Kelemahan (*Strength – Opportunity*)

Kekuatan serta kelemahan berasal dari internal perusahaan. Diperhatikan dari hasil wawancara, kekuatan atau keunggulan yang dimiliki PKTV sebagai sarana informasi lokal ialah keragaman berita yang disajikan tidak mengandung opini melainkan berita asli yang didapat dari narasumber. Pada era digital kecepatan dan keakuratan sebuah informasi memang sangat dipertanyakan karena proses berita dilakukan dengan sangat cepat demi mendapatkan khalayak. Namun hal ini sangat dihindari oleh PKTV sehingga hampir tidak pernah menyajikan berita yang masih di ambang langit kebenarannya atau bisa disebut dengan istilah *hoax*.

Pada dasarnya PKTV memang menyebarkan berita daerah sekitar Bontang dan Kalimantan Timur. Hal ini membantu masyarakat dalam mengetahui keadaan dan informasi di sekitar yang saat ini memang jarang tersentuh TV swasta dan nasional di luar sana. Tujuannya agar tetap menyoroti bagian daerah yang tidak terjamah media luar serta membantu mempromosikan pelestarian budaya lokal yang ada di sekitar. Maka dari itu PKTV memberanikan diri untuk bertahan sesuai dengan visi misi dengan menjadi media yang berguna untuk masyarakat daerah.

Dengan membawa isu lokal membuat hubungan kedekatan dengan khalayak semakin intim. Ditambah lagi dengan PKTV memperluas jangkauan menggunakan sosial media yang saat ini dinilai menjadi kebutuhan utama masyarakat dalam mencari informasi terkini. Tidak melulu menyajikan berita yang bersifat baku, PKTV juga memberikan informasi seputar tips-tips, hiburan, serta *sounding* acara-acara yang diadakan di daerah. Dalam menggunakan sosial media para tim redaksi bisa langsung menerima timbal balik atau feedback yang diberikan oleh khalayak melalui komentar yang ada di beberapa platform yang ada, seperti Facebook, YouTube, Instagram, dan Twitter. Hal ini membuat penonton merasa diperhatikan dan didengar oleh media sarana sumber informasi yang mereka lihat. Dengan begitu terjalin hubungan kedekatan antara khalayak dan PKTV.

Kemudian dari segi pelaksanaan redaksi, PKTV sangat mengotimalkan pekerjaan yang sudah dibagikan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Sehingga karyawan bisa dengan otomatis dan mengalir dalam menjalani alur redaksi yang telah dibuat. Selain itu para karyawan berusaha mengolah berita yang berbeda hasil akhir dan tampilannya walaupun mengandung konten yang sama. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan sosial media yang digunakan sesuai format dan dikreasikan dengan improvisasi pekerja agar tetap menarik untuk dilihat dan dibaca. Seperti yang sudah dijelaskan, keaslian berita sangat dijunjung tinggi dalam menulis dan memproduksi berita yang akan disajikan. Sehingga para jurnalis tidak menuangkan opininya dalam menulis naskah berita untuk menghindari adanya konflik yang tidak diinginkan dan tidak bisa dipertanggungjawabkan. Hal ini menandakan bahwa karyawan PKTV bisa dibilang mandiri dan profesional dalam menjalankan pelaksanaan proses produksi berita dalam beberapa platform.

Selain itu kelemahan yang dimiliki PKTV adalah keterbatasan pada finansial perusahaan yang membuat PKTV harus putar otak untuk terus mendapatkan tambahan koin. Bila hanya memanfaatkan dari pemasukan ilakn TV analog akan sangat kurang untuk proyeksi yang dilakukan. PKTV sendiri mengakui bahwa mereka memang kekurangan dalam hal ekonomi sehingga mencoba mencari pemasukan melalui berbagai hal. Kemuadian keterbatasan SDM serta minimnya pelatihan jurnalis juga menjadi hambatan yang membuat PKTV merasakan sedikit kewalahan dalam mendapatkan dan mengolah berita. Pasalnya dalam mempertahankan diri sebagai sarana informasi harus memiliki ide-ide segar dan inovasi dalam bekerja. Hal ini membutuhkan banyak kepala dalam artian

membutuhkan tenaga kerja yang lebih, namun dengan kenyataannya PKTV memang terbatas dalam aspek sumber daya manusia. Selain itu juga ditemukan kesenjangan dalam kemampuan bekerja masing-masing karyawan yang terlihat sehingga membutuhkan bimbingan tutor sebaya atau hal semacamnya. Sedangkan media harus terus berjalan dengan hal-hal baru yang menarik karena jika tidak maka khalayak akan cepat bosan dengan konten atau program yang disajikan.

Selain keterbatasan sumber daya manusia juga menyebabkan kinerja pada karyawan yang bisa dibilang *single player*. Dalam pelaksanaan alur redaksi para pekerja dituntut untuk bekerja *multitasking*, dalam artian tiap individunya mengerjakan beberapa bidang dalam satu waktu yang sama setiap harinya. Sedangkan hambatan yang datang dari luar adalah penurunan penonton yang mulai terlihat signifikan karena televisi kini telah ditinggalkan. Perkembangan internet dan konvergensi teknologi sangat mempengaruhi pola masyarakat dalam bermedia saat ini dan hal ini sangat tidak bisa dihindari.

b. Peluang dan Ancaman (*Opportunity - Thread*)

Berbeda dengan kekuatan dan kelemahan yang berasal dari internal, peluang dan ancaman ini bisa berasal dari eksternal atau luar perusahaan. Peluang ini terlihat dari target persebaran berita serta pemanfaatan teknologi yang ada. Dilihat dari aspek penyebaran konten melalui berbagai platform, peneliti melihat informasi yang disajikan PKTV bisa diterima oleh semua kalangan. Memingat sosial media yang digunakan memang bertujuan menjangkau beberapa masyarakat yang termasuk di dalam *black spot*. Dengan berbagai manajemen mengadakan acara off air dan menyebarkan melalui sosial media, hal ini perlahan bisa membantu finansial perusahaan jika dilakukan secara terus menerus dan konsisten.

Setelah itu jika dilihat kembali PKTV adalah media TV komersial satu-satunya di Kota Bontang sehingga tidak adanya keresahan perbedaan rating yang didapat karena media TV perusahaan lain berupa organisasi. Hal ini dilihat sebagai peluang dalam eksistensi untuk prospek ke depannya. Terakhir, peluang yang dimiliki adalah dengan penggunaan teknologi baru saat ini. Dengan menggunakan konvergensi teknologi dapat mempermudah berjalannya alur redaksi yang telah dirancang sejak awal. Penggunaan teknologi tidak lagi membuat kinerja menjadi sangat baku melainkan mempermudah dalam mencari informasi, narasumber, mengolah, serta mengajukan berita mentah kepada pimpinan. Tidak selalu harus

bertatap muka dalam mengolah berita dan memproses karena konsep *one man one shot* akan sangat mudah dilakukan dengan menggunakan konvergensi teknologi.

Kemudian sebagai TV analog PKTV memanglah tidak memiliki saingan yang begitu terlihat. Namun dalam menyebarkan informasi di media sosial dan platform lain terdapat banyak saingan. Hingga sempat beberapa kali PKTV tertinggal dalam memberitakan dan akhirnya terbalap. Dalam menggunakan sosial media juga tidak hanya mengasah cara menggunakannya tetapi juga harus mengasah skill bagaimana membuat konten visual yang menarik untuk disajikan sehingga tidak hanya mengandung berita tetapi juga *eye catching*. Jika PKTV belum juga belajar dalam menguasai keterampilan maka ancaman selanjutnya akan datang, yakni ditinggalkan beberapa penonton dan kurangnya minat masyarakat dalam membaca literasi.

Hal ini juga dianggap ancaman terbesar bagi PKTV karena konten dan program dibuat untuk ditonton khalayak. Karena itu untuk apa produksi konten dibuat jika tidak menarik khalayak. Dengan begitu peristiwa ini menjadi PR bagi PKTV untuk tetap mempertahankan penontonnya dengan memaksimalkan penggunaan sosial media demi menyesuaikan pasar. Pasalnya saat ini memang tidak dipungkiri bahwa TV analog baik lokal, swasta, maupun nasional perlahan sudah ditinggalkan. Saat ini masyarakat secara tidak langsung telah dicerdaskan oleh teknologi dalam mencari suatu sumber informasi hanya dengan satu benda.

Selain itu mempertahankan kepercayaan masyarakat adalah hal penting dalam melakukan penyebaran informasi. Dilihat dari beberapa contoh banyak sekali media yang bertujuan memberitakan dengan cepat melalui sosial media tetapi malah tidak mengantungi fakta dan akuratnya sebuah informasi. Jadi walaupun menggunakan berbagai platform dengan tujuan tersebarnya berita dengan cepat dan efisien, PKTV harus tetap mempertahankan idealismenya untuk tetap menyajikan kesungguhan pada berita tanpa disuntung kebenarannya.

BAB IV

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan serta analisis penelitian Manajemen *Multiplatform* Publik Khatulistiwa Televisi (PKTV) dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Sebagai TV Lokal, terlihat kemiripan dalam proses pengolahan berita baik di TV analog maupun berita online dalam manajemen redaksil seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, yakni sebagai berikut:

1. Perencanaan

Tim redaksi merencanakan dan mengumpulkan bahan berita yang menyangkut isu-isu daerah yang akan diubah dalam bentuk wawancara dan nantinya akan ditujukan kepada narasumber dan dijadikan naskah berita. Perencanaan dan pembagian tugas juga sudah diterapkan pada masing-masing karyawan yang menganut metode *single player* yang mengerjakan mulaidari rapat perencanaan proyeksi hingga pelaksanaan turun lapangan dilakukan sendiri, cara kerja ini juga bisa disebut dengan istilah *multi tasking*. Faktor penggunaan media online juga saah satu perencanaan yang telah diwujudkan dengan eksekusinya sebagai manajemen dalam melaksanakan proses output berita. Setelah itu berita yang sudah diliput baik dilapangan amupun secara nline akan diubah menjadi naskah berita TV kemudian jugadalam bentuk video yang diisi dengan audio. Setelah itu pada berita online naskah, foto, dan video akan diedit menyesuaikan platform yang digunakan seperti Website, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Penyuntingan dilakukan karena berbagai media nline ini memiliki ciri khas dan format yang berbeda. Namun dari segi perencanaan hingga pelaksanaan hampir tidak ada perbedaan yang dignifikan dalam proses produksi beritanya.

2. Pelaksanaan

Terdapat perbedaan dalam sistem kerja penyebaran berita ini. Untuk berita televisi, melibatkan proses reporter dari perencanaan, pelaksanaan, pencarian, pengeditan, hingga tayang di televisi. Sedangkan dengan berita online, bagian ini adalah tugas dari bagian divisi sosial media yang mengendalikan semua platform yang digunakan. Dari tim redaksi kemudian beralih ke divisi media sosial dan berita akan disunting menjadi berita singkat atau berita tulisan berupa foto dan caption

pada beberapa media online yang digunakan. Siaran ulang dari tayangan televisi juga bisa diunggah ke YouTube untuk produk berita dalam bentuk video dan audio. Berita yang ditampilkan juga berdasarkan etika jurnalistik dan mengangkay berita yang khas daerah serta diutamakan nilai keasliannya sehingga menghadirkan kesan kedekatan pada masyarakat.

3. Pengawasan dan Evaluasi

Tahap ini biasanya dilakukan sekaligus dan tidak terikat dengan pertemuan tatap muka secara baku. Pada pengawasan dilakukan secara langsung oleh pimpinan dan dievaluasi langsung, baik pada berita televisi maupun berita online. Dalam pengawasan dan evaluasi berita online, pimpinan memegang sendiri akun-akun yang digunakan untuk menyebarkan berita di berbagai sosial media. Evaluasi ringan biasa diberikan dalam bentuk teguran kecil atau saran-saran membangun pada konten atau berita yang diunggah ke sosial media. Pimpinan biasanya memberikan revisi pada model tulisan seperti judul dan isi berita atau caption, kemudian juga revisi pada foto pendamping berita serta video yang ditampilkan nantinya. Selebihnya berita dari media online berjalan mengikuti ritme berita yang telah diproduksi untuk platform televisi.

Selanjutnya, beberapa faktor pendorong dan penghambat siklus produksi berita PKTV dan manajemen multiplatform guna mempertahankan eksistensi berdasarkan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), yakni kekuatan PKTV ialah, pada isi berita yang diutamakan akurasi faktanya dengan rincian informasi yang jelas dan nyata. Hal ini menunjukkan PKTV sangat berupaya mengutamakan berita yang valid dan akurat. Kedua, kemandirian kinerja pegawai yang mulai terbiasa mengatasi masalah dalam waktu yang singkat. Ketiga yakni beberapa persebaran beritanya mulai diperluas dengan sosial media. Kemudian pada peluangnya Meliputi pemanfaatan sosial media untuk menjangkau kawasan black spot, hal ini sangat memudahkan dalam penyebarluasan berita yang diunggah oleh PKTV serta dengan mudah diakses oleh masyarakat. Kemudian, dilihat dari prospek keuangan adanya peluang pemasukan dari berbagai upaya yang dilakukan seperti festival makanan yang juga bergantung pada kehadiran masyarakat yang akan menjadi kesempatan emas bagi PKTV.

Selanjutnya kelemahan PKTV ialah minimnya tenaga kerja atau sumber daya yang bergerak pada divisi tertentu. hal ini sejalan dengan kurangnya pelatihan jurnalis sehingga terjadi kesenjangan skill pada masing-masing pegawai dan juga menghasilkan tayangan yang terkesan monoton dan stagnan. Selanjutnya, keuangan yang tidak selalu stabil dikarenakan pemasukan yang diperoleh belum telalu banyak. Kemudian ancaman yang dimiliki ialah audiens yang mulai meninggalkan televisi dan semakin ke sini semakin kehilangan minat baca menjadikan banyak portal berita ditinggalkan karena dinilai juga konten yang monoton dan stagnan. Hal ini juga sejalan dengan sumber penyediaan berita lain yang terkadang menyajikan berita selangkah lebih cepat dari pada PKTV.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini bisa dibilang belum sepenuhnya terisi oleh kerincian terkait objek kajian yang masih membutuhkan banyak data. Menyoal objek kajian, peneliti hanya terpaku pada PKTV yang berada di Kota Bontang, Kalimantan Timur, dari objek tersebut, dilakukan penelitian lebih sempit dan spesifik dengan mengkaji manajemen serta manajemen redaksi dari platform TV menuju kedia online. Padahal jika dilihat dari berbagai perkembangan banyak media konvensional baik lokal maupun tidak, yang beralih ke konvergensi media menjadi media *multiplatform*, yang juga menarik untuk dikaji dan diteliti. Sedangkan dalam segi data, peneliti kekurangan data dalam kontens konvergensi dikarenakan media tersebut belum memisahkan antara keutamaan media online dengan TV analog.

Pada kenyataannya media online hanya mengiuti ritme dari pemberitaan rutin di televisi. Padahal dilihat dari pemberitaanya kedua jenis platform ini memiliki ciri khas yang berbeda. Konsep dari konvergensi media yang haeusnya berbeda terbut dikatakan msaih belum baik, pada akhirnya menghasilkan proses siklus *multiplatform* yang kurang maksimal dalam menghasilkan produk berita. Hal ini juga berkaitan dengan SDM dan kondisi ekonomi yang bisa dibilang kurang. Selain itu peneliti juga tida turut sera dalam rapat redaksi keseharian serta mengikuti berjalannya alur yang ada pada proses berkerja media tersebut. Peneliti hanya memanfaatkan data dari hasil wawancara serta studi pustaka. Selain itu, kurangnya referensi yang membahas konteks konvergensi media dan *multiplatform* sangat jarang dan kurang mendalam juga menjadi salah satu hambatan, sehingga peneliti mengalami beberapa kendala kecil dalam menganalisa kajian

konvergensi media dan *multiplatform* yang ada pada PKTV dari data yang ditemukan serta teori yang ada.

C. SARAN

Secara akademis, untuk sebagian akademisi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan topik kajian yang serupa, diharapkan lebih teliti dalam mengumpulkan data, menyuguhkan serta mengamati persoalan terkait televisi lokal dan konvergensi pada suatu media penyiaran, yang kelak akan dijadikan pelengkap serta penyempurna bagi penelitian sebelumnya. Perbanyak observasi dan wawancara pribadi dengan narasumber pada objek kajian dan selalu ajukan pertanyaan yang dirasa sangat penting, sekecil apapun pertanyaan yang diajukan akan sangat membantu pada proses berjalannya penelitian. Selain dari pada itu, temukan dan kumpulkan berbagai referensi mengenai konvergensi media dan juga pengolahan media lokal, melihat penelitian jenis ini masih sangat jarang dan belum banyak ditemukan, sebab topik yang dikaitkan dengan konvergensi media sangat menarik dan berkesinambungan dengan ilmu komunikasi. Dilihat dari realita yang ada banyak media konvensional yang mulai memanfaatkan konvergensi media semenjak arus era digital tak bisa dilawan. Namun seperti yang dijelaskan tadi, referensi teori yang merujuk pada konvergensi media masih sedikit dan belum begitu luar, maka dari itu disarankan untuk mencari informasi dari berbagai sumber guna membantu berjalannya penelitian yang nantinya akan mempermudah proses bekerja mahasiswa peneliti.

Secara praktis, televisi lokal komersil swasta yang kini memanfaatkan konvergensi media sebagai prioritas penyebaran beritanya, PKTV dirasa perlu merubahs sedikit manajemen serta penerapan manajemen pada program berita serta konten yang dihasilkan demi menunjang eksistensi sebagai televisi lokal. Maka dari itu, peneliti ingin memberikan beberapa saran dan rekomendasi yang membangun untuk PKTV yakni sebagai berikut: pertama guna mengurangi peran tugas yang merangkap pada setiap pegawai, disarankan PKTV untuk melakukan perekrutan jurnalis kompeten dan bersertifikat agar membantu lancarnya arus bekerja dalam memproduksi berita. Kedua demi meningkatkan kualitas penulisan serta ide-ide baru bagi program dan konten yang akan disajikan di media televisi maupun sosial media, sebaiknya dilakukan pelatihan jurnalistik secara rutin yang nantinya akan menjadi investasi ilmu untuk pada karyawan yang bekerja serta memaksimalkan ilmu yang didapat, sehingga menghasilkan inovasi yang menarik dan segar.

Serta yang ketiga melakukan sedikit riset pada hasil program yang telah diciptakan beberapa waktu lalu atau feedback dari masyarakat atas program yang diciptakan oleh PKTV sendiri. Kemudian setelah meneliti kembali hasil dari kinerja tahun - tahun sebelumnya, hal ini bisa dijadikan sebagai evaluasi besar dan sekaligus masukan bagi PKTV untuk melakukan inovasi serta mengambil pelajaran serta mempertahankannya sebagai lembaga penyiaran masyarakat yang bersifat lokal. Dampak dari program sebelumnya bisa dijadikan pengingat dan pelajaran atas kemajuannya PKTV sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Iskandar Z, (2018). *Pasar Modal Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah.
- Hermawan, Anang. (2008). *Konvergensi dan Budaya Masyarakat Masa Depan*. Dalam Masduki dan Muzayin Nazaruddin (Editor). *Media, Jurnalisme dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia & UII Press 2008.
- Iskandar, Dudi. (2018). *KONVERGENSI MEDIA: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Mangkunegara, A. A. A. P.(2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran manajemen Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadagoo
- Rangkuti, F. (2014) *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sambo, Masriadi, Yusuf, Jafaruddin. (2017). *Pengantar Jurnalisme Multiplatform* . Depok: Kencana.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sevilla, Consuelo G, dkk. (1993). *Pengantar Metode Penelitian, terj. Alimuddin Tuwu*. Depok: UI Press.
- Wendratama, E. 2017. *Journalisme Online: Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.

Jurnal

- Adiguna, M. K. (2011). *Manajemen Redaksional Program Berita Lokal pada STV Bandung dan Bandung TV*. Universitas Islam Indonesia.
- Bardoel, J. and M. Deuze. (2001). 'Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism'. *Australian Journalism Review* 23(2): 91-103
- Bawapratama, C. R. (2010). Konvergensi Media dan Perubahan dalam Manajemen SDM Media. *Jurnal Komunikasi*, Vol 5. No. 1.
- Cahyaningrum, Q. N. (2013). Keberadaan Televisi Lokal di Era Digitalisasi. *Jurnal Observasi*. No. 1, 51.
- Habibi, Z. (2010). Media Conference : Newsroom Challenges Opportuninies in the Digital Age. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 5, No. 1.
- Hanitzch, Thomas. (2001). *Rethinking Journalism Education in Indonesia: Nine Theses*” *Jurnal Komunikasi MediaTor* 2(2001) 1, 93-100.
- Hidayat, R. (2015). Analisis Manajemen Penyiran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *Jurnal Konvergensi*, Vol 1, No 1, <http://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/view/63/38>.
- Hidayat, Z. (2015). *Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Kebiasaan Penggunaan Media Masyarakat*. Laporan Penelitian Internal Dosen. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
- Khadziq. (2016). *Dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga*. Yogyakarta *Jurnal Komunikasi Profetik*. No. 1, 8.

Yantos. (2015). Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Dalam Mendukung Pemerintah Daerah. *Jurnal RISALAH*, Vol 20. No 2. <http://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/risalah/article/view/1218>.

Sumber Lainnya

UU RI No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Diambil dari <http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2032%20Tahun%202002%20tentang%20%20Penyiaran.pdf>

No.	Rincian Gambar	Sumber Data	Tanggal Akses
Gambar 3.1	Menu Topik Berita Website PKTV	https://pkTVkaltim.com/category/topik/	20/11/20
Gambar 3.2	Postingan Berita di Website PKTV	https://pkTVkaltim.com/edukasi-pentingnya-protokol-kesehatan-pupuk-kaltim-gelar-sharing-session-bersama-survival-covid-19/	17/10/20
Gambar 3.3	Tampilan Playlist YouTube PKTV	https://www.YouTube.com/c/pkTVbontanglive/playlists	20/11/20
Gambar 3.4	Streaming Konten Pendidikan YouTube PKTV	https://www.YouTube.com/watch?v=qK6cJ3PUTwY&list=PLHN9qdahqcX0Q-3JYB1kGeAIxJ1ikqnid&index=2	21/11/20
Gambar 3.5	Tampilan Video Berita dalam Akun YouTube PKTV	https://www.YouTube.com/watch?v=cnDhmo5j1fg&t=21s	21/11/20
Gambar 3.6	Tampilan Berita Daerah pada Akun Instagram PKTV	https://www.Instagram.com/p/CBCV2RUBbd1/?igshid=fz49q9xhae4t	5/6/2020
Gambar 3.7	Tampilan Berita Daerah pada Akun Facebook PKTV	https://m.Facebook.com/story.php?storyfbid=3805293329492823&id=100000365798916	18/12/20





PT KHATULISTIWA MEDIA

Office :

Jl. Alamanda PC VI GOR Pupuk

KaltimTlp : 0548-23444,

08115411555

Email : pkvtvbontang@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor :025/SK-

ADM/PKTV/III.2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Teguh Suharjono**

Jabatan : Direktur Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Anisa Marselina**

NIM 16321161

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Universitas : Universitas Islam Indonesia

Judul Skripsi : Strategi Pemberitaan Multipaltform Publik Khatulistiwa
Televisi (PKTV) dalam upayamempertahankan eksistensi
sebagai Televisi Lokal.

Memang benar telah melakukan Penelitian Program Acara Warta Khatulistiwa
dari bulan Februari 2019sampai dengan April 2019 selama 2 (dua) bulan dengan
Hasil yang baik.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bontang, 05 April 2019

PT Khatulistiwa



Teguh

Direktur



Narasumber 1 : Pak Teguh (Direktur Pimpinan PKTV)

T : aku bisa minta softcopy-nya gak ini?

M : ohh boleh pak tapi ini masih banyak yang direvisi.

T : ini bisa jadi referensi kita. Terus kamu nanti ini ada data statistik ini?

M : nggak pak karena saya kualitatif jadi saya ambil datanya wawancara saja.

T : siapaaja nanti yang diwawancara?

M : mungkin pak teguh sama bagian sosmednya gitu pak.

M : PKTV ini mulai menggunakan multiplatform itu sejak tahun berapa pak?

T : tahun berapa ya.. seingat saya awal adanya sosmed kita sudah menggunakan itu.

**Pertama PKTV. Pertama kita bikin Website itu www.pkTVbontang.com.
pokoknya awal awal Website itu kita sudah punya. Eee. Tiga kali kita pindah domain waktu itu memang karena kita cari yang terbaik ya. Dulu awal kita hanya blog saja. Saya sendiri waktu itu yang menggunakan blog lama sekali itu 10 tahun yang lalu. Nahterus maraknya medsos itu sekitar 3 atau 4 tahun yang lalu ya. Kita memang mengikuti zaman sehingga kita membuat Facebook yang awal itu langsung kita buat 3 item untuk medsos itu masih Facebook itu ya. Untuk berita sendiri, untuk company profile PKTV sendiri, dan satunya untuk bursa penjualan barang. Kalo sekarang sisa 2 yang satu byrsa PKTV shop, yang satu khusus memang berita terkini Kota Bontang.**

M : kalo yang bursa PKTV ngelolahnya gimana pak?

T : kami kan punya program belanja barang. Kita kerja sama sama home shopping ya. Kenapa kita bekerja sama, karena kita tidak punya barang, nah barang-barang itulah yang kita jual lokal. Sebenarnya tujuan utamanya adalah penjualan produk lokal. Produk bontang kita jual melalui PKTV baik di TVnya maupun di medsosnya, ngambil barangnya di mereka kita jualkan lalu PKTV dapat profit dari keuntungan kecil. Nah itu akhirnya barang-barang yang di home shopping itulah yang kita buat video pendek. Terus kita upload di sosmed. Itu zamannya belum sampe ke twiter dan lain lain.

M : kalo PKTV ini kan pasti akan tertinggal karena dulunya belum menggunakan media sosial. Nah kapan PKTV ini merasakan eksistensinya menurun dan meresahkan?

T : ya sangat kami sadari bahwa berkembangnya teknologi khususnya medsos ya, itupun tidak hanya kami bahkan TV nasional juga terkalahkan oleh medsos. Itu sekitar 2 tahun yang lalu kita rasakan tapi yang paling parah tauh lalu (2019).

memasuki 2019 itu kami rasakan sangat berkurang. Jadi adanya media sosial itu menjadi tantangan bagi kami. Kami mencoba bertahan setahun tahun 2018 dulu tapi tetap tidak mampu kena medsos. Sehingga kita mencoba untuk membuat satu platform yang mengikuti perkembangan itu. Akhirnya kita coba merombak bisnis plan kita dengan menggunakan platform lain khususnya yang berbasis IT tadi. Kita rekrut bidang kerja khusus yang menangani masalah itu dan itu sudah terlaksana. Jadi orientasi kerja kita lebih diprioritaskan kepada yang diluar penyiaran, off air gitu. Semua acara ya harus kita dulukan menggunakan media sosial sehingga sehingga kita terbantu untuk mempromosikan program sendiri.

M : berarti bisa dibilang sekaang prioritasnya media sosial ya?

T : itu jadi terbalik. Mau ndak mau harus kita lakukan karena memang pesaingan usaha terus kepentingan publik ya dan masyarakat semua lebih menarik menggunakan platform lain selain televisi. Tapi karena bisnis utama kita adalah televisi itu menjadi penopang hidup televisi adalah di media sosial lain itu. Jadi kalau dikatakan kita sudah merubah mindset penyiaran ya memang iya. Karena memang teknologi ini tidak bisa pungkiri sangat berkembang cepat dan saya makanya salut dengan judul ini mbak multiplatform ini memang kenyataannya begitu. Sehingga yang kita lakukan untuk mempertahankan eksistensi mau ndak mau harus ke sana. Penyiaran kita harus streaming, berbasis online, berita harus cepat melalui medsos-medsos itu. TV menjadi kesekian prioritasnya.

M : ee terus apa ada perbedaan manajemen pak sebelum era konvergensi dan setelah era konvergensi maraknya sosial media? Apa ada perubahan yang signifikan?

T : mutlak jadi manajemen tu harus kita rubah dan laksanakan. Sebelumnya konsentrasi TV yang semakin lama semakin ditinggalkan sehingga manajemen bisnis kita langsung kita cepat arahkan ke teknologi konvergensi itu ya. Bagaimana kita mencoba dengan berbagai formulasi lokal. Karena kita tinggal di daerah bagaimana masyarakat, kita hanya mengikuti budaya masyarakat yang kehidupannya bergantung pada gadget. Sehingga manajemen kita terpaksa kita prioritaskan menggunakan media sosial, dengan cepat mereka akan bisa menerima informasi kita. Terus visualnya selain di medsosnya kita ke TV tetap ya untuk mendorong informasi publik.

M : kemudian platform yang sekarang masih paten digunakan PKTV ini apa pak? Yang betul-betul setiap hari ada berita di-upload di situ.

T : nah...jujur untuk media lokal seperti PKTV ini yang utama ratingnya tinggi kan info masyarakat ya. Nah kalo di kita titlenya Warta Khatulistiwa. Nah itulah yang dibutuhkan masyarakat. Jadi bagaimana masyarakat pengen tau karena karakter Botang itu adalah kota industri yang setiap hari orang adalah karyawan, bekerja di siang hari dia tidak tahu dunia luar yang terjadi di lingkungannya sehingga kita mengambil momen itu untuk kita sampaikan ke masyarakat dan ternyata memang masyarakat butuh informasi lokal yang terdekat yang langsung berpengaruh terhadap mereka. Contohnya kalau ada kejadian apapun yang di sekitar sini mereka pasti akan cari tau dan mereka dapatkan di PKTV dengan liputannya. Makanya itu kita langsung upload secepatnya dan sebaik mungkin supaya masyarakat bisa menerima dan langsung tau apa yang terjadi di lingkungannya.

M : terus manajemen konten dari siaran televisi ke media sosial lainnya itu.....

T : yaa.. mau ndak mau kita rubah. Meskipun rubahnya sedikit karena kita sudah punya dasar. Dasar penyampaian melalui televisi kan penggabungan antara video dan tulisan ya. Sehingga pada saat tulisan kita tinggal copy-paste apa yang tinggal dirubah sedikit. Terus videopun yang masuk di Instagram di Facebook mungkin, termasuk di WA pun juga kita kemas mengikuti trend yang ada. Sekarang lagi trend nge-vlog itu kita rubah. Yang liputan dulunya liputan standar televisi liputan news sekarang sedikit kita rubah dengan kreativitas teman-teman yang duaduanya bisa masuk. Budayanya mereka di medsos itu kan gambar yang berbicara dan naskah yang menjelaskan itu kita gabungkan. Ya kit atidak kesulitan karena kita sudah punya dasarnya tinggal kita rubah sehingga menjadi penampilan yang disenangi masyarakat.ya itu antara grafis yang ada gambarnya terus kita kasih title berupa narasi tulisan itu sudah cukup.

M : jadi konten yang ditelevisi dan di media-media sosial itu sama tapi penyampaiannya yang sedikit dirubah?

T : iya. isinya sama, muatannya sama, tapi kemasannya sedikit dirubah.

M : oiya kemudian fungsi dari masing-masing media sosial itu sendiri apa pak ? misalnya kayak Facebook itu dia memang hanya berita saj aatau gimana?

T : sebetulnya semua konten yang ada di PKTV itu prinsipnya sama dalam penyampaiannya di berbagai macam platform tadi ya, tapi sekarang kami mencoba untuk sedikit membedakan kemasannya. Contoh nanti dilihat, Facebooknya PKTV itu menyampaikan gambar yang tidak bergerak dengan penjelasan narasi di bawahnya. Berbeda dengan Instagram dengan penjelasannya

yang lebih singkat. Terus berita videonya kita masukkan di YouTube baik yang liputan maupun yang tayangan lain ya. Sehingga memang subscriber kita juga lumayan ya bisa dilihat fanpage kita juga ya lumayan lah anggotanya lumayan banyak itu kami anggap sebagai pemirsa jelas. Jadi ada beda-beda mbak YouTube beda, di Instagram juga beda, Facebook juga beda, WA pun juga beda.

M : jadi sampai saat ini WA juga masih ya pak?

T : masih jadi informasi yang sederhana itu sampaikan via WA. Kita kan punya group WA khusus.

M : jadi dari Instagram Twitter, Facebook, itu nanti dicantumkan link untuk menuju ke YouTube gitu pak?

T : iyaa... jadi kita link-kan. Silahkan mau lebih panjang dia ada di Website, di Website juga ada streamingnya semua dibikin link. Twitter juga ada. Semua juga saling konvergensi ya satu - satu itu.

M : terus tenaga kerja di PKTV ini terbilang cukup atau terbatas atau dibidang banyak atau gimana pak?

T : kalau saya akui sekarang terbatas, meskipun kita masih punya teman-teman sekitar lima belas orang. Karena masih semua dipikirkan jadi satu ya. Eee ke depan kita pingin satu platform itu bisa dikelola oleh. ya minimal tiga orang untuk kelas Kota Bontang ya. Jadi punya bagian sendiri-sendiri. Ngurusi konten, ngurusi update status, terus editing, termasuk juga mereka semua liputan ya. Saat ini memang sudah ada yang ngurusi tapi itu masih terbatas. Harusnya kedepan kami menginginkan semua platform itu bisa dikelola oleh bidang-bidang khusus sehingga lebih fokus dan maksimal. Ya harapan kita lebih menarik.

M : kalau dengan sumber daya yang terbatas ini tu pembagian kerjaan untuk mengontrol sosial media masing-masing itu gimana pak?

T : saya akui memang agak menyulitkan sekarang. Tapi kita pelan - pelan sudah mulai, contohnya kita sudah punya orang yang khusus memelihara konten itu, mensumplay konten itu dan mencari konten itu, kita hanya sebatas itu. Padahal nanti akan dibutuhkan bagaimana sistem pemasarannya, bagaimana mengkomunikasikan dengan narasumber itu kita akan editing dan itu harus punya yang khusus. Sekarang ini masih mencukupi ya untuk ini tapi pasti akan berkembang itu untuk yang lebih baik. Makanya ya pinter pinteran teman-teman sekarang. Kita aja satu hari itu target empat berita harus naik ya minimal itu harus naik. Itu terlampaui saat ini, terus lebih dari itu ya tapi itu sudah luar

biasa menurut saya karena untuk kelas Kota Bontang informasi yang sebenarnya sedikit bisa kita buat lebih banyak dengan sumber daya terbatas juga.

M : ohh jadi itu termasuk strategi karyawan untuk memaksimalkan hasil kerja? Apa ada manajemen lain?

T : betul... itu salah satunya. manajemen yang lain itu kita juga menerima dari netizen-netizen itu karena netizen itu kan adalah narasumber yang tepat dan sangat kita tunggu dan saat ini memang selalu aktif mereka untuk memberikan informasi sehingga kita cepat mengerjakan proses itu.

M : ooo jadi feedback-nya langsung ya dari penontonnya itu....

T : iyaa dari pemirsa, penonton, atau penikmat gitu ya.

M : lalu bapak sendiri memberikan arahan kepada team yang mau mengerjakan itu masing-masing gimana pak? Atau mereka sudah mengerti sendiri job deskripsi mereka?

T : secara umum meereka sudah paham ya jobdesc mereka ya, tapi sehari itu kita bisa dua-tiga kali ngadakan meetig khusus untuk mengeluarkan satu konten itu karena pertaruhannya bagi kami sebuah informasi ke publik itu memang harus bisa dipertanggung jawabkan sehingga saat ini beberapa yang belum dipublish lapor ke meja saya dulu terus kita lihat baik kemasan maupun isinya itu kalo kita sudah oke ya segera kita publish. Contohnya begini, pagi sata sudah dapet dari teamnya Mas Rudy. Ini pagi sudah dua, ini sekarang jam 9.47 hari ini kan ini sudah ada konten yang dia konsultasikan. Salah satunya ini yang dia konsultasikan di sini saya tinggal komen misalnya fotonya gelap nah ituu jadi tidak mesti ketemu. Asal udah oke langsung naik. Dan itu memang team mereka saya sudah gak mau tau pokoknya mereka sudah antara narasi, antara video, atau gambar itu mereka sudah godog (rebus) di atas. Setelah hampir finishing terus mereka ke saya untuk konfirmasi kira-kira ini layak tayang ndak.

M : jadi kotrolnya langsung ya?

T : iya mbaak.

M : oiya tadi bicara tentang keresahan eksistensi itu hambatan yang paling terasa itu apa pak dan kapan?

T : yak..... itu memasuki tahun 2019. pendapatan berkurang, terus beritanya saling berbenturan kerena saking banyaknya media online yang di Bontang itu sehingga kadang informasi kami tu ada kalanya media online yang duluan memberitakan belimtentu fix gitu ya kita kadang jadi harus berdiskusi kita sendiri wah ini kok begini informasinya kita hars beneri. Tapi karena kita berbasis video harus

wawancara langsung sehingga masyarakat hanya bisa mendengarkan langsung itu kelebihan kita kalau diketik itu kan kadang opini wartawan muncul tapi kalo sudah kita yang masuk mereka sudah ndak bisa bohong karena langsung wawancara gitu. Akhirnya itu yang menjadi keunggulan kita. Hambatan tu buanyak mbak selain berkurang juga banyak banyak wartawan yang standar nya berbeda-beda sehingga ada yang satu bagus, satunya kurang bagus, kadang satu itu gak jelas gitu. Gak jelasnya informasinya ya, arahnya ke sini kok tiba-tiba ke sini kadang kan gitu meskipun tujuannya sama ya itu yang kedua. Hambatan yang ke tiga akhirnya kami harus menganggarkan banyak gitu yang dulunya TV sekarang harus mencari yang ngurusi medsos, harus tenaga banyak, harus tambah kuota internet, perlu malah ada hp yang khusus. Hambatan yang keempat, saya kira ya hambatannya kepada kepercayaan publik ya. TV kita jadi gak laku, mau gak mau kita harus merubh bisnis ke sana. Itu ada empat itu yang ada hambatannya.

M : bicara soal hambatan ni pak. Pasti ada ancaman dari luar maupun internal, nah ancaman terbesar ini apa pak?

T : ancamannya yang pertama jelas eksistensi kita menurun. Pendapatan kita menurun, terus ke tiga ancamannya ya kepercayaan publik, kalau kita tidak merubah platform itu masyarakat sudah tidak akan menonton dan otomatis mereka sudah meninggalkan media TV ini. Dan itu memang kami rasakan jadi ketiga hal ini sangat penting menjadi ancaman kami sehingga kita harus munculkan peluang lain dan kemampuan kita itu di mana ya itu yang harus kita gali.

M : kemudian manajemen PKTV untuk mengelola berita lokal dan menyaringnya gimana pak?

T : salah satunya kita memanfaatkan medsos dari sekitar masyarakat komunitas-komunitas itu yang di grup WA. Memang kita manfaatkan untuk mencari informasi yang beredar di masyarakat Bontang. Nah setelah itu tentunya teman-teman menganalisa dengan menyaring beberapa informasi yang sudah dalam catatan kita bahas. Mana dari informasi itu yang memang berpengaruh terhadap masyarakat. Berpengaruh, terus ada unsur kedekatan, oh ini loh ditunggu masyarakat, nah itu yang kita pilih sebagai informasi yang akan kita keluarkan. Terus itupun sudah kita laksanakan kita produksi itupun masih ada filter lagi. bagaimana kenyataannya, bagaimana penulisannya,

bagaimana penyampaiannya. Itu akan kami filter lagi kalau nggak kadang sering berdebat dengan temen temen, oh ini begini oh ini begitu. Sehingga ada tahapan atau proses yang harus kita lakukan.

M : kalau untuk PKTV saat ini tu idealis yang dari dulu sampai sekarang masih dipegang apa?

T : kami sangat menghindari berita hoax. Itu yang menjadi prioritas kami, kami tidak mau berita yang kurang valid atau gak benar. Terus yang kedua jelas masalah SARA itu juga menjadi prioritas kami. Kami idealis dengan itu, kami menghindari itu dan kalau berbenturan kepentingan itu wajar karena kita berhadapan dengan berbagai macam elemen masyarakat... itu mbak.

M : emmm... kemudian kalau perkembangn PKTV ini sama visi-misi apakah sudah sesuai dengan kinerja saat ini?

T : kalau misi sesuai ya kita dari awal sudah menyatakan kita mencerdaskan masyarakat Kota Bontang ya melalui informasi-informasi yang positif. Terus yang kedua kita melestarikan budaya lokal. Yang ketiga ya itu, kita berawal dari Masjid Biturrahman dulu, sehingga kita ingin menyampaikan dakwah-dakwah yang benar itu yang tidak ada kepentingan politik atau yang lain ya. Jadi tiga hal itu, itu masih tetap sampai sekarang pun. Walaupun multiplatform ya tetep dasar itu kita tanamkan untuk menyampaikan.

M : terus kan ini masih dalam upaya mempertahankan eksistensi, itu di semua kalan ini PKTV juga merambah ikut update berita-berita hits kalangan muda atau gimana pak?

T : iya itu wajib harus kita lakukan karena anak muda pun menjadi bagian terbesar dalam target kami. Jadi otomatis konten-konten kita harus mendengarkan apa yang mereka inginkan dari keberadaan kami. Kalau bisa kita kejar memang ya yang ter-hits kebutuhan pemuda.

M : berarti harus benar-benar peka ya pak?

T : sangat... malah kita wajibkan semua temen temen harus punya Facebook, harus punya ini, punya itu untuk apa...menambah informasi update semua dan setiap hari kita bahas. Apa ni yang harus kita munculkan.

M : untuk cara mengemas berita lokal supaya menarik ini pak apakah team nya ini sudah pro atau setiap hari masih belajar?

T : jujur karena teman-teman ini sudah lama ya bergabung di PKTV sebenarnya mereka sudah tau apa yang dilakukan ya. Cara mencari berita bagaimana, cara meliput berita bagaimana, bagaimana cara memproduksi, bagaimana menyiarkan,

itu sudah paham sekali. Tapi namanya manusia setiap saat memang terus. Kami mewajibkan itu kepada teman-teman, karena teknologi semakin berkembang, informasi setiap hari berkembang. Contohnya di sini ada orang sosial belum tentu dia tau masalah hukum makanya dia harus belajar masalah hukum, ada orang hukum tapi tidak paham tentang aritmatika atau perhitungan, sudah pintar perhitungan mungkin harus belajar bahasa, bahasa inggris, bahasa apa aja itu tetap harus update.

M : iya jadi setiap hari sama aja kayak belajar ya.

T : belajar iya. Tidak ada yang unggul. Semua proses belajar ya itulah. Karena kami di sini anak-anak muda dan juga masih banyak harus belajar yang lain dan dengan yang lebih berpengalaman.

M : kemudian yang bapak lakukan untuk mengawasi team ini apakah ada perbedaan yang di TV sama sosial media?

T : saya malah memanfaatkan media sosial saat ini untuk memantau teman-teman. Terutama untuk yang tertutup ya grup internal itu. Setiap apa yang saya temukan diluar saya langsung update di situ. Saya langsung share setiap memantau dan mengawasi termasuk mengevaluasi ya ya beberapa kerjaan, tidak ada bedanya dulu juga rutin ketemu sekrang ada tambahan lagi dengan adanya media komunitas kita lah..

M : jadi evaluasi ini jadi tolak ukur ya, patokan?

T : iyaa.. dan evaluasi ini terus mbak. Maksudnya itu tidak perhari, perjam pun terus. Karena kami ini kan jasa informasi ya yang setiap detik setiap saat pun akan dikeluarkan itu yang harus kita pertanggung jawabkan.tidak seperti di pabrik kan hari ini atau besok juga sama. Kalau kita terus, evaluasinya.

M : ini kan semuanya kan sudah ada media sosial, ada TV, semuanya online, ada gak sih pak PKTV ini membuat acara yang off air seperti event - event gitu yang mengatas namakan PKTV sendiri?

T : ya.. itu sudah rutin kita lakukan. Kita memang di luar penyiaran dan multiplatform itu kita juga punya lembaga yang memang mengelola di luar media salah satunya EO kita punya yang mengelola beberapa event di luar baik on air maupaun off air. Kita rutin setiap minggu membuat Sunday Market itu juga gabungan dari Car Fee Day. Dengan wisata belanja sekaligus wisata keluarga, tiap hari minggu kita lakukan dan mbak nanti bisa lihat begitu banyaknya masyarkat menikmati itu. Baik penjual maupun pembeli, di situ kita alhamdulillah sudah menjadi tradisi

Kota Bontang. Di situ ada penjual, ada pembeli, ada olahraga, ada musik, ada games, semua event bontang juga kadang bergabung sama kita. Terus yang kedua kita saat ini sedang membangun kelompok tertentu. Kelompok olahraga, kelompok musik, kelompok wisata, kita sudah membangun itu tujuannya untuk mempertahankan eksistensi kita. Komunitas-komunitas sosial juga kita buat, kita punya warta untuk sesama itu salah satu cabangnya warta khatulistiwa yang memang membantu masyarakat yang sangat perlu kita bantu. Di luar itu kita juga membuat majalah... ini majalahnya, ini terbit setiap bulan. Ni boleh dibawa mbak.

M : oh ada cetajnya juga ya

T : iyaaa ini dibuat setiap bulan karena mereka punya msa yang berbeda selain TV, medsos saya kira kantor-kantor juga tempat umum masih membutuhkan media cetak dan sebetulnya tidak sengaja orang pengen lihat apa di situ kita temukan. Kalau online kan masanya beda-beda ya. Cetak juga masih laku kalau sekarang, ini namanya Bontang Megazine sebenarnya dan ini kalau di tempat umum tersedia gratis kita kasih orang kalau ada yang mau beli ya kita terima. Tapi yang diberitakan disitu yang bayar untuk tampil nah itu kita bagi ke instansi dan orang-orang tertentu. Termasuk kaak tempat servis, tempat potong rambut itu kita bagi. Sambil nunggu baca.

M : ohh berarti Sunday Market yang di sini ya pak? Saya kita punya PKT.

T : bukaan... kita yang numpang tempat tapi kita yang kelola dan kita yang inisiasi awal sebagai media off airnya PKTV

M : ini masuk ke pemasukan gak pak?

T : masuk.. jadi semua yang kita bangun ini subsidi silang. Jadi untuk mempertahankan koinnya PKTV ya karena jujur dengan adanya media lain pendapatan kita menurun, mau ndak mau kita harus cari sumber lain salah satunya dengan off air tadi dan majalah juga begitu. Semua jadi satu sehingga kebutuhan kita tertutupi.

M : kalau dari PKT ada gak pak?

T : PKT ada termasuk gedung ini kan kita sewa. Sehingga kita kenakan biaya sewa terus PKT juga ada iklan-iklan itu yang dibayar sehingga itu membantu operasional. Sebenarnya kita sudah berdiri sendiri dari dua puluh tahun lalu. Nah kita cari uangnya dari situ sedikit-sedikit.

M : jadi ini majalahnya saya bawa ya pak.

T : iya gak papa, dibawa sebagai contoh salah satu media platform lain yang kita gunakan kita punya. Radio yang kita gak punya. Sebentar lagi radio kita sedang dibangun ini. Namanya Radio Suara Khatulistiwa versi kita. Semua media akan kita coba mulai dari cetak, online, streaming, TV, radio, apa aja karena itu salah satu eksistensi kita.

M : masih kerja sama sama berita satu pak?

T : secara formal kita sudah tidak ada kerja sama karna kontraknya habis terus juga sebenarnya kita menindak lanjuti cuman kami meyakini bahwa namanya TV lokal harus produksi lokal betul. Nah kami tidak menindak lanjuti itu karena kami sedang mempersiapkan siaran semua lokal gitu. Siaran lokal dari Bontang hanya beberapa lah yang dari mereka karena itu informasi Jakarta. Ya kami juga cari kerja sama yang menguntungkan ya yang kami pun juga bisa dapat sesuatu dari kerja sama itu kalau hanya menyiarkan kit tidak dapat apa-apa gitu, jadi kita cari yang bisa menguntungkan secara bisnis gitu ya.

M : terakhir ni pak hehe. Kalau menurut Pak Teguh ni peran semua TV lokal yang ada di indonesia di tengah era konvergensi yang pesat ini gimana pak?

T : saya termasuk dalam kepengurusan di ATVLI, Asosiasi Televisi Indonesia. Kami ada 180 anggota TV lokal seluruh indonesia, jujur dalam beberapa rapat kami ada beberapa TV yang banting stir ada yang menjadi TV online atau hanya menyiapkan konten untuk TV online. Kami sangat menyiapkan itu kehadiran platform lain karena mau ndak mau kita sudah semakin ketinggalan. Ya manajemen kami mensinergikan antara media online, medsos, dengan televisi. Itu sudah kami lakukan semua televisi. Ya harapan kami dengan keterpurukan itu teman-teman di TV lokal lain juga harus ngikuti, kita tidak mungkin akan bertahan karena tidak ada ruang untuk ke depannya. Kita habis kalau bertahan. Pemirsanya lari dan otomatis pendapatan juga tidak akan mampu menopang kehidupan perusahaan ini. Dan kawan-kawan sudah paham dan kita sama-sama membuat asosiasi untuk mempertahankan itu termasuk regulasi-regulasi kita ikut mengusulkan agar bisa mengakomodir kepentingan pihak kami.

M : baiklahh..

T : ya nanti kalau kurang - kurang bisa WA aja.

M : nanti kalau ada perkembangan revisi skripsi saya kirim ke bapak.

T : oh iya boleh

Narasumber 2 : Mas Rudy (divisi sosial media)

M : Jadi Mas Rudy ya?

R : saya pake Y

M : oh iyaa, sebagai apa di sini mas?

R : saya di sini pengelola Website dan sosmed

M : terus ee apa namanya, buat pengendalian sosmed-sosmed itu mas rudy sendiri yang pegang?

R : pengendalian tu seperi apa dulu ya?

M : misalnya emm... yang ngontrol Facebook, Instagram gitu

R : itu iya saya, cuman direktur juga biasanya ada ngecheck sih. Jadi direktur juga ada passwordnya.

M : terus manajemen kontn yang dari TV sama yang dari sosmed itu gimana? Apa beda atau sama?

R : jadi kami itu untuk Websitenya sendiri ya itu mengolah berita TV. Eee naskah berita TV itukan sayan ubah menjadi berita tulisan. Jadi sebenarnya secara penayangan sama aja, cuma lebih cepat di sosmed kan. Jadi setelah anak-anak itu datang liputan, mereka ngerjakan naskahnya, naskah selesai, saya ambil naskahnya kan terus saya ubah dari berita video jadi berita tulis sambil ngelihat hasil rekaman video itu saya share di Website. Nah link dari Website itu sendiri nanti saya share ke sosmed nah seperti itu. Cuman kadang untuk berita breaking news seperti yang perlu diberitakan ceparmisalnya ada kejadian kecelakaan, atay musibah apa gitu itu biasanya gak nunggu langsung turun sendiri sayanya. Turun sendiri, liputan, langsung naikkan ke webste dan disebar ke medsos.

M : ph jadi saat itu juga nulis, saat itu juga diupload gitu?

R : iyah, kalau misalnya modelnya kayak breaking new gitu.

M : oiya bener -bener. Terus spesifiknya tu ee... platform atau sosmed apa aja sih yang dipake selain TV?

R : di sini euuu... untuk Website sendiri kan kami nge-share berita itu bisa ke Twitter, teru Instagram, sama Facebook.

M: itu? Yang paling kayak top sosmed?

R : ee yang paling top sih Facebook

M : oh iyaaa. Itu masing -masing sosmed itu gunanya untuk apa?

R : nga-share link berita, karena kan eee...sosmed itu, kita share bahwakita emiliki berita ini dengan tujuan orang nge-klick berita tersebut untuk lari ke Website kami. Biar rameee gitu.

M : oh iya bener-bener. Tapi apa ada beda pembungkusan berita yang di misalnya.....

R : oh iyaa iya kalo misalnya, ngga sih kalo di FB sama di twttr itukan berbentuk link aja. Karena waktu kami taruh link itu otomatis gambar eritanya keluar. Untuk Instagram sendiri itu dikasih frame khusus untuk apa.. kan kalo Instagram orang lebih ke visual ya.

M : huuum betul.

R : huuum.. jadi dikasih frame khusus dengan ada judul singkat sama keterangan gambar singkat, tapi digambar lain tetap kami beri eee apa ya istilahnya ringkasan beritanya sama link berita. Kalau mau jelas liatnya di PKTVBONTANG_id itu.

M : emmm.. ada gak yang di-upload di sosmed tapi yang gak ada di TV?

R : ya tadi, kalau misalnya breaking news ya karena kalau TV itu kan ita setelah breaking news anak-anak video ini biasanya investigasi yang lebih dalam. Jadi beda udah, karena di PKTV ini untuk videonya ga ada yang braking news kan. Jadi misalny aada yang on the spot yang memang perlu apa.....langsung diberitakan itu pasti tidak ada di televisi.

M : tadi kan kata Pak Teguh teamnya terbilang terbatas, nah karena terbatas ini pembagian jobdesc nya tu gimana mas?

R : ini kan saya sebenarnya untuk Website sendiri saya masih ikut ke bagian pemberitaan, kalo pembagian pemberitaan sendiri ada kepalanya kan, Mas Faisal, nanti biasanya pada pagi hari tu dibagi si itu mau ke mana, si ini mau ke mana. Kalau saya biasanya untuk pagi itu saya shre itu berota yang kemarin tapi istilahnya beritanya tu bisa dibaca kapan aja gitu lo mbak. Bukan berita yang harusnya tu dibaca, jadi itu biasa pagi tu dua saya share itu di Website baru saya sambung ke sosmed. Tapi kalau butuh pemberitaan cepat ya saya ssendiri yang turun.

M: tapi yang tugasnya untuk ngedit-ngeit yang untuk diupload itu.....

R : saya sendiri.

M : oh masnya sendiri ya, jadi semuanya itu masnya?

R : ya untuk saat ini, karena masih belum terlalu banyak kan kami juga membatasi cuman empat berita satu hari.

M : kalo dari Mas Rudy tu sebenarnya pengen ada berapa tenaga kerja sih yang buar per-sosmed itu? Butuhnya.

R : untuk sekarang ini sih..... untuk per-sosmed ya.. sebenarnya sih bukan per-sosmed juga sih dibilangnya. Karena kalau Instagram itu cuma perlu orang yang bisa ngedesain itunya. Kalo saat ini masih belum perlu ya. Karena masih yang tadi untuk beritanya masih gak terlalu masif kan sama untuk Websitenya sendrikan kita, saya gak turun langsung tapi kan ada anak berita yang istilahnya megakomodir untuk berita hariannya.

M : terus dapet arahan gak sih dari pak teguh? Atau teamnya yang di atas ini memang udah punya struktur sendiri?

R : tetep, arahan tetep dari Pak Teguh. Karena kan biasanya segala sesuatu misalnya kayak kita kemaren frame baru buat Instagram itu ya tetap diskusikan Pak Teguh maunya seperti apa karna mungkin beliau udah lama juga kan disini jadi apa yang diinginkan pemirsanya itu kita obrolin. Pak teguh juga terima masukan-masukan, jadi nanti hasil dari diskusi itu diaplikasikannya ke ee....apa yang pengen dibuat itu tadi kayak iklan, poster, pamflet segala macam untuk keperluan Instagram kan tetep diobrolkan sama team.

M : di situ menimbulkan wawasan baru gak?

R : pasti lah, namanya kan berita ya. Berita itu pasti ada wawasan baru karena kalau misalnya itu tidak memberi wawasan ya tidak perlu diberitakan.

M : wawasan dalam hal ini... editing.

**R : Ohhh kao seperti itu sih. Mungkin dari pelatihan ya bukan dari evaluasi harian rutinitas. **

M : oh tapi setiap berita yang diangkat itu editingnya masih belajar atau udah pada pro.

R : udah pro kan di sini yang ngedit orang lama.

M : ada pembaruan jenis gak misalnya yang tadi cuma footage biasa jadinya apa gitu?

R : ada... itukan biasa ada pembahasan sendiri dari team kan jadi kita tu bagusnya untuk penampilannya seperti apa. Pasti diskusi untuk mengembangkan program dalam tata cara pengambilan gambar segala macam ya mengikuti TV-TV nasional sama trend saat ini gitu. Tetap belajar tadi ya masih step by step.

M : kalau team yang redaksi ini menerima langsung gak feedback dari masyarakat?

R : menerima, kan ditaruhnya di sosmed toh. Tau sendiri sosmed seperti apa.

M : berarti team yang ini ya yang menerima bukan Pak Teguh?

R : oh Pak Teguh karena punya password kadang kalau lagi online di itu ya pasti ngelihat dong apa yang dikomen sama masyarakat.

M : biasanya kalo evaluasi tu bahasnya apa kayak misalnya teknis gitu atau apa?

R : kalo evaluasi tu bisa kan kita euu... misalnya ada dari pemberitaan kan gimana nih tata bahasa, pemilihan judul dan kata ni untuk itu terus yang dibahas supaya orang itu tertarik membaca berita kita. Tetapi tidak dengan cara-cara click bait. Karena saya beberapa kali ngebuat judul itu bukan click bait eamng di dalam situ tu tertera tu keterangannya, cuman kadang orang, namanya netizen ya dia melihat judul gak baca berita komennya udah macam - macam. Kayak "wah click bait ni bla bla bla" karena mereka gak baca gitu. Kalo click bit

kan kadang judul sama isi nyambungnya dikit banget gitulo judulnya itu tidak menggambarkan beritanya.

M : terus sekarang kan jamannya asosmed banget ya mas. Nah tantangannya tu apasih atau ada hambatan gak?

R : kalo hambatan sih engga cuman emang kita perlu merasakan sekali pentingnya literasi, mengajak orang membaca. Itusih kalo menurut saya, tantangannya sih di situ gimana vcaranya ngajak orang itu membaca dulu setelah itu baru berkomentar atau membahas apa yang ada di dalam tulisannya.

M : berarti tantangannya tu lenih ke eksternal ya?

R : iyaaa benerr.

M : terus kalo berita yang naik di TV mau diangkat ke sosial media tu selang berapa jam atau berapa hari?

R : ee... biasanya lebih duluan di Website.

M : oh jadi di Website dulu bari di TV ya ?

R : nah karena kan beda segmen ya. Kadang juga d Website kita sudah tampilkan, orang jug atetep nonton. Karena kan kalo di websote ini kita mengandalkan bahasa tulis sementara kalau nonton kan lebih gampang dipahami karen aoranglangsung nonton. Jadi naskah mereka selesai, itukan masih bentuk naskah tu, karena setelah itu harusnya diedit lagi habis itu di dubbing terus dimasukin ke vide kalau kita nunggu itu ya pasti kalah sama yang lain gitu.

M : iya tadi Pak Teguh juga bilang sih sekarang pkTV lebih mengutamakan sosmednya dari pada TV. Jadi tu vedionya dimasukin ke YouTube, kemudian nanti yang Twitter sama Facebook itu cuma buat narolinknya aja buat yang dibawa ke YouTube?

R : iya tappi kalau Facebook biasa kita streaming kan. Habis itu di-share lagi ke group yang Kota Bontang untuk siaran langsungnya.

M : oh jadi luas ya circle nya PKTV ini di WA juga

R : iyaaaaa...

M : terus eeemm....emurut mas rudy sendiri tu TV lokal sekarang tu kayak gimana sih mas eksistensinya? TV lokal kan gak hanya PKTV aja.

R : kalo di Bontang cuma dua ya PKTV sama LNG toh. Kalo LNG udah nggak bisa dibilang TV lokal karena dia TV perusahaan. Sementara kalo PKTV ini sebenrnya ke depan bagus. Karena yang kita ketahui bahwa ibu kota mau pindah, ini ada kemungkinan kita jadi TV nasional ya hahaha.

M : iya yaaa jadi ada harapan ya hahaha

R : lo iya kann bener loo. Maksudnya dengan adanya yang seperti itu juga kalo misalnya bisa bertahan terus cuman kan kendala TV lokal ini cuma satu sebenarnya ya untuk di kota sekecil Bontang itu kan kita penghasilan didapat dari iklan sementara untuk di Bontang sendiri karena saya dulu basic nya juga pernah kerja di bagian media yang

bukan televisi dan pas bagian iklan susah gitu kalo mau betahan mendapatkan penghasilan dari sisi iklan.

M : tapi ini kan kata Pak Teguh bikin event banya tu, nah itu membantu banget gak sih pemasukan ?

R : nah... kalo soal pemasukan saya tidak bisa berbisara banyak hehehe. Karena saya tidak tau hahaha

M : haha okee.. ohh jadi tapi harus ini ya euu... team -team yang turun liputan ini memang harus bener bener punya bekal wawasan gitu ya?

R : iyaa.. cuman intinya sih walaupun anda gak punya bekal wawasan kalo jadi wartawan ini jangn pernah malu bertanya, walaupun kita ini sudah tau apa yang mau dibahas cuman kan kalo sampe sana yang penting itu kita tanya. Walaupun pertanyaan kita terdengar bodoh tapi kalau kita emang gak tauu soal itu ya ditanyakan. Jangan samapai hal-hal yang sepele kayak gitu nanti sampei kantor bingung sendiri mau nulis apa.kadang yang sepele kita gak mau tanyakan itu malah nanti pada saat nulis naskah justru itu yang pentign gitu loh. Takutnya kan seperti itu, anti nanya temen kan biasa ada yang mau ngasi ada yang gak mau ngasih juga kan untuk pemberitaan. Ya emang kalo kita pengen tau dan pengen nulis itu ya ditanyakan.

M : di sini wartawannya ada yang kerja sama samawartawan di luar gak? Misalnya kayak bagi-bagi bertita gitu?

R : nggak sihh.. kalau kita tu karena kan kita media televisi. Ohh kalo kerja sama paling gini ya... misalnya TVOne, berita satu. Jadi kalau ada yang mau kerja sama biasanya diobroling misalnya mereka gak sempat ke Botang gitu kan. Ada biasa kerja samanya gitu.

M : mmm... biasanya kalo team di sini termasuk mas sering gak mengusulkan manajemen-manajemen ke Pak Teguh? misalmya ini pengennya kayak gini ini begini.

R : pasti adaa..ya tadi saya bilang itu kan yang namanya kita rapat diskusi masukan itu pasti kita lemparkan cuman setelah itu kebijakan dari perusahaan kembali untuk bisa mengakomodir atau tidak usulan tersebut. Menurut saya setiap perusahaan psasti melakukan itu cuman ya kembali lagi ke kebijakan perusahaan masing-masing.

M : keteteran gak mas awalnya pas ngurus banyak sosmed?

R : nggak sih. Karena seperti yang saya bilang kan dari awal itu pak teguh bilang kita minimal naik empat aja beritanya gapapa. Jadi kalau empat berita saya juga nggak turun kan ya gak bakal keteteran. Kecuali misalnya dalam satu hari tuh misalnya kalo ada liputan ADV ya berita berbayar kan saya juga tawarin tuh kadang kan kalo ditawarkan video mungkin kemahalan nah di sini kita tawarin Website. Kadang kan kalo acara berbayar bisa ceremony tu saya berangkat pagi pulang sore itu udah tidak tersentuh tu Website.

M : iya juga ya.. kalo minggu biasanya liputan juga gak?

R : kalau memang ADV, berbayar atau ada breaking news mau tidak mau ya turun. Emang sudah komitmen di awal karena kan yang namanya media ya ngeada ada libur lah kecuali enag bener-bener penjadwalan dari kantor, cuma kebetulan kalo saya kan ya itu tadi gabisa lah kayak gitu kalo misalnya hari minggu ada liputan beerbayar pasti turun. Terus kalau ada breaking news ada kejadian apa gitu yaa pasti turun juga karena kan ga mungkin ketinggalan sayang gitu lo untuk naikin viewer di Website.

M : berarti Mas Rudy ini yang nge-check-in berita terus nanti naik, atau Mas Rudy dulu baru Pak Teguh baru nanti naik?

R : oh saya tinggal ini ajasih e... ngubah berita anak-anak dari jadi yang dilihat itu huruf besar kecilnya sama menyesuaikan kata dan kalimat langsung itukan, karena kalo di video kan orang bisa lihat kan. Kalo tulisan kan musti diseduaikan lagi. Ya alhamdulillah-nya Website ini kalau ada kesalahan apa gitu kita bisa langsung edit. Gitu aja sih.

M : terakhir ni mas menurut mas visi - misi atau idealis PKTV udah sesuai belum sama kinerjanya?

R : waduhh. nah itu diaa saya tidak tau hehe. Cuman gini ya kalau kita lihat sebenarnya kita ini mau yang idealis yang pengen jadi 100% media anu juga kan masih ada keterkaitan sama Pupuk Kaltim toh. Jadi kita istilahnya independen iya tapi untuk pemberitaan kami lebih ke sesuatu yang positif abis itu yang ngajak orang berbuat bagus. Kadang kan media mau banyakin viewers jadi banyakin berita negatif, kalau kata orang dulu kan bad news as good news buat mereka, nah sementara kita menjaga nama Pupuk Kaltim juga menjadi ke hal-hal yang lebih membangun positif, kalau dalam hal pemberitaan kecuali yang berhubungan dengan masyarakat biasa kan kalo berita DPRD itu nah itu kan biasanya ada bergesekan dengan masyarakat. Cuma kebanyakan berita di PKTV ini ya tadi itu kebanyakan positif.

M : berarti itu yang dihindari ya sama jangan sampai ada pemberitaan buruk?

R : tetap ada cuman dilohat dulu berita ini dapat menimbulkan silang pendapat gak di masyarakat. Kalau berita buruknya memang benar seperti itu, mau tidak mau kan harus tetap diberitakan. Cuman kami menghindari berita berita yang istilahnya adu domba. Kami kalau beritanya emang bad news dan harus diberitakann ya tetap naik tapi dengan cara tidak adu domba gitulo. Sesuai dengan narasumber, sesuai dengan kedua belah pihak jjadi gak ada komen negatif.

M : hal apasih yang dihindari itu ?

R : yang tadi itu yang memicu masyarakat. Hal - hal yang bisa memecah belah gitu.

M : berarti kalau berita tulis itu boleh ya memasukkan sedikit opini?

R : oh ngga kita kaoo opini ngga. Malah serem. Kalo di media cetak emang jangan lah opini. Kecuali kalo emang tips ringan ya boleh. Karena kalau opini itu ga bisa dipertanggung jawabkan lah itu.

M : oh gitu yaa.. mmm gitu aja sih mass hehe makasi banyak ya. Maaf udah diganggu waktunya.

R : iya mbak santai aja..

