

## **ANALISIS MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN BATIK TV PEKALONGAN DI ERA KONVERGENSI MEDIA**

### ***ANALYSIS OF BATIK TV PEKALONGAN BROADCASTING MEDIA MANAGEMENT IN CONVERGENCE MEDIA ERA***

Oleh: Prisca Devina Dwijayani, 15419141003, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta  
[priscadevina01@gmail.com](mailto:priscadevina01@gmail.com)

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan sebagai televisi lokal milik pemerintah di era konvergensi media. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek dalam penelitian ini adalah Batik TV Pekalongan. Sedangkan subjek penelitian ditentukan dengan cara *purposive*, pemilihan dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Subjek penelitian yang dipilih adalah direktur operasional, unit pemberitaan, unit program *feature* dan unit administrasi kerjasama. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi informasi dengan mencari pemusatan informasi. Sedangkan analisis data yang digunakan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi beberapa perubahan dalam manajemen media penyiaran di era konvergensi media diantaranya komunikasi lebih banyak dilakukan melalui media untuk berkoordinasi. Komunikasi yang terjadi tidak hanya satu arah tapi dua arah. Selain itu, teknologi membantu dalam pengolahan pesan sebelum disiarkan. Media sosial memberikan banyak pengaruh dalam penyebaran pesan. Dari sisi konten terjadi perubahan dari konten analog menjadi konten digital, sehingga dapat dikonsumsi oleh berbagai pihak. Sedangkan dari sisi ekonomi, pendapatan tidak hanya diperoleh dari iklan, namun pendapatan juga diperoleh melalui media sosial. Strategi manajemen media dalam kerangka konvergensi media belum optimal karena belum ada sistem yang baik dan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia.

**Kata kunci** : manajemen, penyiaran, konvergensi media

#### **Abstract**

*This study aims to find out the management of Batik TV Pekalongan broadcast media as a local television owned by the government in the era of media convergence. This study used a descriptive method with a qualitative research approach. The object in this study was Batik TV Pekalongan. While the subject of the study was determined by purposive method, selection with certain considerations and objectives. The subjects of this research were operational directors, news units, feature program units and collaboration administration units. The validity of the data in this study uses triangulation of information by seeking information convergence. While data analysis is used through data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study indicate that there are several changes on management of broadcast media in the media convergence including more communication carried out through the media to coordinate. Communication that occurs not only in one direction but two directions. In addition, technology helps in processing messages before they are broadcast. Social media has a lot of influence in the spread of messages. From the content side there has been a change from analog content to digital content, so that it can be consumed by various parties. In terms of economy, income is not only obtained from advertising, but income is also obtained through social media. The media management strategy in the context of media convergence is not optimal because there is no good system and limited human resource capabilities.*

**Keywords:** Management, broadcasting, media convergence

## PENDAHULUAN

Televisi memberikan kemudahan pada masyarakat dalam menerima informasi. Televisi sebagai salah satu media massa yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan media massa lainnya. Televisi mampu menyampaikan informasi melalui gambar dan suara kepada masyarakat. Selain itu, televisi mengalami kemajuan dari yang berwarna hitam putih menjadi berwarna sehingga masyarakat dapat memahami dengan jelas pesan yang disampaikan

Menurut survei yang dilakukan oleh Nielsen Customer Media View di tahun 2017, televisi masih menjadi penetrasi utama di 11 kota di Indonesia. Survei ini menggunakan 17 ribu responden dengan usia di atas 10 tahun. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa televisi menjadi media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, televisi terus mengalami perkembangan. Saat ini, siaran televisi tidak hanya terpusat pada satu titik, namun banyak titik. Hal ini ditandai dengan munculnya televisi lokal di Indonesia yang menyiarkan konten lokal (Takariani, 2014: 30).

Televisi lokal adalah media penyiaran yang hanya memiliki batas ruang siaran pada suatu daerah tertentu. Televisi lokal berisi tayangan yang lebih mengangkat kearifan budaya lokal yang dimiliki oleh masing-masing budaya dengan tujuan untuk membangun daerahnya. Keberadaan televisi lokal memberikan informasi mengenai peristiwa di daerah yang tidak diliput oleh media nasional (Suganda, 2018: 2).

Televisi lokal mulai bermunculan baik swasta maupun publik saling menunjukkan kreativitas dan keunggulan dalam membuat konten daerah (Fahimah, 2015:2). Dampak dari banyaknya televisi lokal yang berdiri adalah penggunaan frekuensi yang juga meningkat. Hal ini mempengaruhi kualitas gambar dari siaran televisi lokal tersebut. Migrasi penyiaran dari analog ke digital melalui internet menjadi salah satu cara untuk mengantisipasi kerusakan gambar dalam penyiaran (Takariani, 2013:31).

Disisi lain kemunculan media baru, internet di era digital memberikan manfaat untuk masyarakat. Internet membuat masyarakat memperoleh sumber informasi

yang lebih beragam dan luas, untuk mengetahui keadaan sekitar secara lebih cepat, murah dan efisien dibandingkan dengan televisi lokal.

Pada Januari 2018, *Google* dan Kantar TNS melakukan penetrasi pengguna media di Indonesia. Hasil dari survei, Youtube memiliki penonton sebanyak 53 persen dari pengguna internet di Indonesia sedangkan jumlah penonton televisi sebanyak 57 persen. Perbedaan jumlah penonton yang antara penonton televisi dan Youtube hanya 4 persen. Hal ini memungkinkan perpindahan media dari analog menjadi digital. Perpindahan ini disebut dengan konvergensi media. (*cnnindonesia.com, 2018*)

Konvergensi media adalah dampak dari digitalisasi yang dimunculkan oleh Jeknis pada tahun 2004. Konvergensi media terjadi pada media baru. Kehadiran internet memberikan kemudahan mencari ide yang digunakan media konvensional (Hartanti, 2015: 41). Secara tidak langsung, internet menjadi kebutuhan dan gaya hidup baru bagi masyarakat

Batik TV Pekalongan merupakan salah satu televisi lokal publik di kota Pekalongan yang baru berdiri di era konvergensi media. Dengan segala keterbatasan baik dari sisi sumber daya manusia, dana dan sarana prasarana, Batik TV masih bertahan sejak tahun 2012 hingga saat ini. Batik TV Pekalongan dijalankan dan dikelola menjadi lembaga penyiaran televisi lokal publik yang bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi untuk melayani kebutuhan masyarakat (arsip Batik TV Pekalongan, 2015).

Sebagai TV lokal yang baru berkembang, Batik TV Pekalongan harus mampu menyerap dinamika masyarakat lokal. Batik TV Pekalongan berperan sebagai konten media dalam menciptakan program yang bermanfaat dalam manajemen media penyiaran. Manajemen media penyiaran membantu menghadapi persaingan dengan media baru. (arsip Batik TV Pekalongan, 2015).

Manajemen media penyiaran adalah manajemen yang diterapkan pada media penyiaran sebagai organisasi yang mengelola siaran. Manajemen media penyiaran berperan sebagai penggerak organisasi dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran. Manajemen media penyiaran dapat diterapkan sebagai sarana

untuk merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan siaran dalam usaha mencapai tujuan bersama (Wahyudi, 1994: 39),

Manajemen media penyiaran yang bagus adalah manajemen yang mampu memproduksi program acara yang menjadi daya tarik pemirsa. Pembuatan program acara tidak dirancang oleh satu orang saja. Akan tetapi, pembuatan program yang baik melibatkan tim pemasaran, kreatif, dan menggunakan beberapa analisis serta riset lapangan. (Syahril,dkk, 2015: 49).

Manajemen media penyiaran menjadi salah satu yang penting dalam mempertahankan eksistensi sebuah media. Persaingan media konvensional seperti televisi lokal tidak hanya dengan televisi lokal lain. Namun, ada persaingan baru dengan media baru. Hal ini yang perlu diantisipasi mengenai manajemen media penyiaran seperti apa yang digunakan di era konvergensi media.

Beberapa penelitian yang membahas mengenai televisi dan konvergensi sebagai bahan untuk memperoleh informasi diantaranya, penelitian mengenai YouTube menjadi tren dan terkini di dunia sebagai media online untuk mengunggah dan mengunduh video. Hal ini yang menyebabkan YouTube secara tidak langsung dapat menggantikan peran televisi dalam memberikan informasi audio visual. Beberapa media televisi menggunakan YouTube sebagai sarana promosi atau melakukan siaran langsung melalui YouTube (Hartani, 2015)

Penelitian mengenai televisi internet menjadi solusi yang efektif untuk memperluas jangkauan penyiaran pada televisi lokal dikarenakan lebih murah, lebih kondisional, dan lebih berkualitas dibanding satelit. Bila dibandingkan televisi nasional dan global, pemanfaatan internet pada televisi lokal masih kurang maksimal. Faktor biaya dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru yang berbeda memungkinkan menjadi penyebab pemanfaatan internet yang kurang maksimal. (Umi Kaltum dkk, 2017)

Dalam penelitian ini membahas mengenai manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan sebagai televisi lokal yang baru berdiri di era konvergensi media mampu bertahan hingga saat ini. Hal ini yang mendasari penelitian ini dilakukan untuk menganalisis manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan di Era Konvergensi Media.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif menggunakan kata, gambar dan bukan angka dalam mengumpulkan data. Hal itu dikarenakan bentuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif bukan kuantitatif. Tidak hanya itu, data dikumpulkan memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Moelong, 2009: 11)

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret- April 2019 di Batik TV Pekalongan. Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan sebagai televisi lokal milik pemerintah di era konvergensi media.

### **Target/Subjek Penelitian**

Subjek penelitian kualitatif adalah informan. Informan berarti narasumber yang dapat dipercaya dalam memberikan informasi tentang keadaan pada latar penelitian (Moleong, 2009: 132).

Sugiyono (2015: 52) Teknik yang digunakan untuk menentukan informan dalam penelitian kualitatif dengan jalan peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang. Penentuan orang yang menjadi narasumber dapat dilakukan dengan cara *purposive* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini

Subjek penelitian yang dipilih sebagai berikut.

1. Unit Produksi
2. Unit Program
3. Tim Marketing Kerjasama
4. Tim Pemberitaan

### **Prosedur**

Dalam penelitian kualitatif, Stake (1995) menyatakan bahwa sebagai metode penelitian membutuhkan verifikasi. Hal ini dapat dilakukan melalui triangulasi. Triangulasi membantu peneliti untuk memeriksa keabsahan data melalui pengecekan dan perbandingan terhadap data. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi informasi dengan mencari pemusatan informasi yang berhubungan secara langsung pada "kondisi data" (Creswell, 1998: 221). Teknik triangulasi informasi yang diperoleh dari subjek penelitian dan objek

penelitian akan dibandingkan. Perbandingan yang diterapkan adalah data hasil wawancara, pengamatan dan rekaman arsip.

#### **Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data pada penelitian kualitatif merupakan kata-kata dan tindakan. Sumber tambahan dapat berupa dokumen dan lain-lain (Moelong, 2009: 157). Sumber data penelitian kualitatif dibedakan menjadi dua hal yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari sumber lain.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, pengamatan terstruktur dan rekaman arsip.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menurut Creswell (1984) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain analisis data dapat dilakukan dengan simultan melalui proses pengumpulan data, interpretasi data dan penulisan naratif, proses analisis data dilakukan berdasarkan proses reduksi data dan interpretasi data, hasil reduksi mengalami perubahan menjadi matriks.

Pada umumnya, teknik analisis data kualitatif adalah sama dengan prosedur pengumpulan data, analisis data, penarikan kesimpulan, verifikasi dan penulisan hasil akhir dalam bentuk narasi (Moelong, 2009: 162).

Proses analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman terdapat tiga langkah sebagai berikut (Sugiyono, 2015: 246).

1. Reduksi Data  
Proses pemilihan, pemusatan dan penyederhaan data. Hal bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang lebih jelas.
2. Penyajian Data  
Pengumpulan informasi yang tersusun sebagai sumber data. Sumber data tersebut dianalisis dan disesuaikan dengan teori yang ada.
3. Penarikan Kesimpulan  
Langkah terakhir yang dilakukan dalam proses penelitian adalah penarikan kesimpulan. Penarikan yang dilakukan adalah menghasilkan temuan baru dalam bentuk deskripsi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Hasil wawancara**

Penelitian manajemen media penyiaran di era konvergensi media ini menggunakan empat informan. Subjek penelitian yang dipilih adalah direktur operasional, kepala bidang pemberitaan, kepala bidang program *feature*, dan kepala bidang administrasi dan *marketing* disesuaikan dengan divisi yang ada di Batik TV Pekalongan. Wawancara yang dilakukan secara terstruktur berdasarkan pedoman wawancara yang telah disiapkan. Pertanyaan yang diajukan seputar manajemen media dari proses perencanaan hingga pengawasan kemudian dengan konvergensi media serta kendala yang mungkin terjadi dengan hadirnya media baru

Setiap program yang dirancang disesuaikan dengan visi dan misi. Batik TV Pekalongan sebagai televisi lokal untuk transparansi informasi dan partisipasi publik. Konten yang dibuat melibatkan masyarakat dan memberikan transparansi informasi dari pemerintah kepada masyarakat.

Setiap program yang dibuat memiliki pertimbangan sesuai dengan visi misi, target penonton dan fungsi program. Program musik lebih mengarah kepada anak muda, program rohani islam bersifat pengajian karena Pekalongan sebagai kota santri, program kuliner dipilih karena Pekalongan memiliki banyak kuliner yang dapat dikenalkan kepada masyarakat. Curhat bisnis menjadi program pengenalan usaha yang dilakukan masyarakat Pekalongan.

Pendidikan membahas mengenai sekolah. Komunitas lebih mengarah kepada pengenalan komunikasi yang ada di daerah Pekalongan dan sekitarnya. Sedangkan dari budaya memberikan pengetahuan mengenai berbagai budaya di daerah Pekalongan dan sekitarnya. Selain itu, adanya program literasi memberikan literasi membaca untuk menumbuhkan minat baca masyarakat

Secara teratur, setiap program memiliki timnya masing-masing bisa dengan orang yang sama dengan tim sebelumnya, bisa juga dengan orang berbeda. Namun semuanya berjalan sesuai dengan timnya masing-masing untuk mempermudah koordinasi, apabila ada salah satu dari personil yang berhalangan, digantikan dengan personil tim lain dari program yang berbeda.

Sekalipun belum ada didalam struktur organisasi secara jelas, admin media sosial, namun admin media sosial memiliki penanggungjawab dalam pengelolaan sesuai dengan *jobdesk* yang digunakan. Dikarenakan belum adanya posisi yang diisi oleh admin media sosial maka akun media sosial dipegang oleh banyak pihak tidak hanya satu orang saja. Sesudah editor menyelesaikan diberikan ke MCO kemudian diunggah di Youtube.

Banyak media yang digunakan di Batik TV ini membuat manajemen didalamnya mengalami perubahan dan percepatan baik secara modern maupun tradisional. Setiap program yang sudah disalurkan ke ruang MCO sekaligus ditransferkan ke media daring seperti YouTube sehingga mengalami dua penyiaran. Selain itu, koordinasi lebih banyak dilakukan di grup WA namun komunikasi tatap muka tetap dijalankan di perusahaan.

Kehadiran media baru tidak menjadi kendala bagi Batik TV Pekalongan namun membantu dalam memaksimalkan proses dan penyampaian informasi dengan lebih mudah dan cepat. Proses produksi dilakukan secara cepat dan lebih sederhana karena faktor jam tayang yang terbatas sehingga ada beberapa peraga seperti clipper dan storyboard yang dibuat secara lebih mudah.

Ada beberapa bentuk bantuan dengan adanya konvergensi media dari beberapa bidang. Konvergensi media tidak sepenuhnya menjadi penghalang atau pesaing baru bagi media konvensional. Salah satu manfaat yang diperoleh adalah internet membantu untuk promo melalui media sosial sehingga membantu memperluas jaringan. Sebagai televisi lokal dengan keterbatasan dana dan jangkauan, internet memberikan kemudahan dalam persuratan.

**Hasil Pengamatan**

Perencanaan produksi dilaksanakan secara insidental tergantung kebutuhan untuk mengadakan pertemuan. Tim produksi ada yang sebagian bertugas di Dinas Kominfo namun yang lain bertugas di Batik TV Pekalongan.

Segala perencanaan produksi dikomunikasikan kepada dewan pengawas dan direktur utama. Setelah mendapatkan persetujuan kemudian dikerjakan oleh tim pemberitaan dan tim program *feature*.

Pembagian kerja Batik TV Pekalongan dilakukan berdasarkan tim yang disepakati bersama. Penggantian tim hanya dilakukan

apabila ada salah satu anggota dari tim tidak bekerja lagi atau penaikan jabatan. Selain itu, tim berjalan sesuai pembagian yang telah ditetapkan.

Penjadwalan kegiatan produksi termasuk rekaman dan penggunaan studio ditulis setiap sore jam 4 untuk memberikan informasi kegiatan di hari selanjutnya sehingga tim yang bertugas dapat mempersiapkan diri. Apabila ada perubahan jadwal dikomunikasikan kepada penanggungjawab melalui grup whatapps.

**Rekaman Arsip**

Pada media sosial Twitter Batik TV Pekalongan mengalami penaikan pada kunjungan profil dan sebutan akun. Pada penayangan tweet selama tiga bulan terakhir mengalami kenaikan dan penurunan sama halnya dengan penambahan *followers*.. Pada bulan maret mengalami penurunan tweet karena tidak banyak menulis tweet

Tabel 1. Data analitik Twitter Batik TV

Bulan	Penayangan tweet	Kunjungan profil	Sebutan akun	Penambahan <i>followers</i>
Maret	3.744	108	60	27
Februari	14.600	2	19	53
Januari	13.300	-	-	27

Sumber: [twitter.com/officialbatiktv](https://twitter.com/officialbatiktv),(2019)

Pada media sosial Instagram Batik TV Pekalongan berisi konten mengenai cuplikan program, iklan, promosi program. Instagram Batik TV Pekalongan merupakan media sosial yang paling banyak diikuti oleh masyarakat dibandingkan Twitter.

Tabel 2.. Analisis rekaman arsip Instagram @officialbatikTV

Keterangan	Jumlah
Postingan	2.364
Pengikut	5.413
Kunjungan profil per minggu	338
Jangkauan siaran	1.162
Impresi	3.511

Sumber: [instagram.com/officialbatikTV](https://instagram.com/officialbatikTV) (2019)

Pada media sosial Youtube yang digunakan Batik TV mengalami kenaikan dan penurunan dalam aspek penayangan video, kunjungan profil, berbagi dan penambahan *subscribes*. Konten dalam Youtube tayangan

feature, berita dan sosialisasi pemerintah. Tidak semua tayangan yang ditampilkan hanya cuplikannya saja.

Tabel 3. data analitika Official Batik TV Pekalongan

Bulan	Penayangan video (menit)	Kunjungan profil	Berbagi akun	Pembaharuan Subscribers
Maret	45.085	15.685	226	190
Februari	63.222	20.168	246	215
Januari	39.420	14.372	179	117

Sumber: youtube.com/OfficialBatikTV, (2019)

Sebagai organisasi membantu sebuah organisasi mampu berjalan sesuai dengan visi dan misi yang sudah dibuat. Selain itu, sebuah organisasi dalam menjalankan fungsinya memerlukan struktur organisasi sehingga dapat berjalan dengan teratur.



Gambar 21. Struktur Organisasi Batik TV Pekalongan sumber: arsip Batik TV Pekalongan 2019

**PEMBAHASAN**  
**Analisis Manajemen Media Penyiaran Batik TV Pekalongan di Era Konvergensi Media.**

Penelitian ini membahas mengenai manajemen media penyiaran di era konvergensi media. Konvergensi media merupakan kemampuan memberikan layanan yang sama namun platform yang berbeda. Hal ini menyebabkan terjadi penyatuan media analog ke digital sehingga muncul teknologi baru (Wahyuning, 2013: 161).

Konvergensi media berisi 3C yaitu *communication*, *content* dan *computer* (Jenkins, 2006: 5). Sedangkan dalam manajemen media penyiaran ada beberapa tahapan yang terjadi

yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perubahan manajemen media penyiaran pada Batik TV Pekalongan di era konvergensi media. Perubahan yang terjadi sebagai berikut.

**Perencanaan Manajemen Batik TV Pekalongan**

Dalam pembuatan perencanaan program di Batik TV Pekalongan sudah berjalan sesuai dengan visi dan misi. Dalam penyusunan program tidak hanya dilakukan oleh atasan, namun dari bawahan dapat memberikan masukan. Hal ini memungkinkan terjadinya perubahan hasil komunikasi

Media sosial tidak menjadi penghalang atau saingan bagi mereka, namun sesuatu yang membantu untuk memproses pesan kepada masyarakat. Hal ini merupakan bentuk perencanaan atau strategi yang dilakukan untuk mengatasi konvergensi media. Selain itu, media sosial membantu sebagai saran mengetahui rating dan jumlah interaksi yang terjadi pada program Batik TV Pekalongan melalui rekaman arsip dari setiap media yang digunakan, diantaranya Youtube, Twitter dan Instagram.

Teknologi tidak hanya berbicara mengenai komputer namun hal lain, seperti pemancar dan peralatan produksi lainnya. Teknologi merupakan kombinasi antara layanan, suara, daya serta video yang dipertukarkan pada suatu jaringan. Ini merupakan bentuk konvergensi media (Wahyuning, 2013:161)

Perubahan yang terjadi pada perencanaan manajemen media Batik TV Pekalongan adalah penggunaan berbagai teknologi dan platform menjadi strategi dalam menghadapi konvergensi media. Komunikasi yang terjadi menjadi transaksi ada pertukaran pesan bukan hanya arahan.

**Pengorganisasian Batik TV Pekalongan**

Penelitian menemukan beberapa hal terjadi terkait pengorganisasian terkait komunikasi dalam pembagian kerja dalam di dalam manajemen media penyiaran pada era konvergensi media sebagai berikut.

Perubahan level komunikasi pada era konvergensi media baik pada manajemen maupun media televisi. Komunikasi organisasi yang pada dasarnya memiliki bentuk komunikasi formal dan informal, namun pada pengamatan yang peneliti lakukan, komunikasi

informal lebih banyak dilakukan dibandingkan komunikasi formal. Koordinasi melalui media sosial sebenarnya membantu dalam memberikan arahan lebih cepat dan luas. Selain itu, penggunaan media sosial mempermudah dari pimpinan/atasan apabila mendadak sehingga mudah tersampaikan.

Konvergensi media menciptakan pekerja media yang mampu melakukan banyak hal dalam satu waktu. Secara tidak langsung, pengaruh konvergensi menuntut penggunaannya untuk mampu mengerjakan banyak hal. Konvergensi media membuat manusia sebagai subjek atau pengguna harus mampu mengelola dengan baik.

Perubahan dalam pengorganisasian adalah perubahan pola level komunikasi yang biasanya berkomunikasi tatap muka menjadi dengan perantara dalam berkoordinasi. Konvergensi yang terjadi pada teknologi membuat manusia dituntut untuk mampu mengerjakan banyak hal/multitasking.

#### **Pengawasan Batik TV Pekalongan**

Pengawasan yang dilakukan pada manajemen media penyiaran selain melalui kinerja pekerja media, juga dapat dilihat dari segi konten. *Contents* adalah isi atau materi dari sebuah media. Konten dalam media dapat berupa foto, video, tulisan dan lain – lain disesuaikan fungsi media dan bentuk media yang digunakan.

Dalam konvergensi media, bentuk konten ditransformasikan dari analog menjadi digital untuk lebih mudah melakukan penyebaran pesan. Hal ini dikarenakan televisi lokal yang jaringannya terbatas sehingga internet dimanfaatkan untuk memperluas jaringan dengan konten lokal, sehingga tidak hanya masyarakat sekitar yang tahu namun seluruh lapisan masyarakat lain. Kehadiran media sosial mampu menciptakan tanggapan apabila dilihat dari media sosial Youtube terdapat kolom suka dan tidak suka. Khalayak dapat memberikan pendapat mereka terhadap konten yang disiarkan. Media memberikan interaksi secara langsung.

Konten digital mempengaruhi pendapatan Batik TV Pekalongan. Selain iklan yang dilakukan pada media sosial, ekonomi konten dapat berupa penghasilan yang diperoleh melalui media sosial itu sendiri. Konvergensi media membantu dalam hal promosi dan pembuatan iklan sehingga memiliki jangkauan dan pengenalan produk

secara lebih mudah. (Jenksin, 2008: 8). Dengan adanya konten digital membantu mempermudah untuk mengetahui pengawasan terhadap nilai sebuah program

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan telah ditemukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

Pembuatan perencanaan program di Batik TV Pekalongan sudah berjalan sesuai dengan visi dan misi. Penggunaan berbagai teknologi dan platform menjadi strategi dalam menghadapi konvergensi media. Meskipun manajemen konten di media sosial belum optimal. Dalam pengisian konten masih berantakan dikarenakan belum ada penjadwalan yang jelas. Komunikasi yang terjadi menjadi transaksi ada pertukaran pesan bukan hanya arahan. Pembagian kerja dikoordinasikan dengan baik. Ada perubahan pola level komunikasi yang biasanya berkomunikasi tatap muka menjadi dengan perantara dalam berkoordinasi. Konvergensi yang terjadi pada teknologi membuat manusia dituntut untuk mampu mengerjakan banyak hal/multitasking.

Konten analog menjadi konten digital. Konten menjadi lebih global. Selain itu, konten digital membantu dalam mengawasi perkembangan sebuah media melalui jumlah penonton. Selain terdapat ekonomi konten, yang mampu memberikan data nilai terhadap sebuah program.

### **Saran**

Bagi penelitian selanjutnya, untuk penelitian selanjutnya dapat memahami lebih dalam mengenai teori manajemen media penyiaran di era konvergensi media, mengembangkan atau menciptakan teori yang lebih dalam. Selain itu, diharapkan supaya memperhatikan kelemahan pada penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku:**

Ahmadi, Rulam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-Ruzz Media.

Brantas. (2009). *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Borders, Grace Lawson. (2006). *Media Organizations and Convergence*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Burton, Graeme. (2011). *Membincangkan televisi: sebuah pengantar kajian televisi*. Yogyakarta: Jala Sutra.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin. (2011). *Dasar – dasar penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Colide*. London: New York University Press.
- Moelong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Morissan, M.A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: strategi mengelola televisi dan radio*. Jakarta: Prenada media Group.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Terry, George R dan Leslie W. Rue. (2011). *Dasar – Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wahyudi, J.B. (1994). *Dasar – dasar manajemen penyiaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Wahyuni, Hemin Indah. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- local television in Indonesia. *Journal of Southeast Asian Studies*, Vol. 48 No.2, The National University of Singapore.
- Cahyaningrum, Qoute Nuraini. (2014). *Keberadaan Televisi Lokal di Era Digitalisasi*. Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung (BPPKI Bandung).
- Hartanti, Lisa Puji. (2015). *Kebijakan Media Televisi Di Era Media Baru*, Jurnal Internet. Vol. 4, No.1, Prodi Komunikasi, Unika Atma Jaya Jakarta.
- Syahril Furqany dkk. (2015). *Manajemen Program Siaran Lokal Aceh TV dalam Upaya Penyebarluasan Syariat Islam dan Pelestraian Budaya Lokal*, Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol.4 No.1, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
- Takariani, C.Suprapti Dwi. (2014). *Penyiaran Digital: Tantangan Masa Depan Televisi Lokal*. Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung (BPPKI Bandung).
- Yuliar, Sonny dan Idhar Resmadi. (2014). *Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di Harian Pikiran Rakyat*, Jurnal Sosioteknologi Vol. 13, No. 2, Program Studi Magister Studi Pembangunan Institut Teknologi Bandung.

#### Jurnal:

- Anabraja, Sarah. (2011). *Peran Televisi Lokal dalam Mempertahankan Identitas Lokal di Era Globalisasi Informasi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Bogaets, Els. (2017). *Mediating the local: Representing Javanese culture on*

#### Internet

- Nielsen. (2017). *Survei Penetrasi Media Nielsen*. Diakses tanggal 17 Januari 2019 dari <http://databook.katadata/survei.html>
- Kantas, TNS. (2019). *Penonton Youtube Saingi Jumlah yang tonton televisi*. Diakses pada tanggal 17 Januari 2019 dari <http://www.cnnindonesia/tek.html>



**LEMBAR PENGESAHAN JURNAL**

Judul : Analisis Manajemen Media Penyiaran Batik TV Pekalongan  
di Era Konvergensi Media  
Nama : PRISCA DEVINA DWIJAYANI  
NIM : 15419141003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Yogyakarta, 19 Juni 2019

*Reviewer*

**Dosen Pembimbing**

*Setiawan*

Benni Setiawan S.H.I, M.S.I  
NIP. 19830329 201504 1 001

Dyna Herlina S, M.Sc  
NIP. 19810421 200501 2 001

Rekomendasi Pembimbing: (mohon dilingkari salah satu)

1.  Dikirim ke *Journal Student*
2. Dikirim ke *Journal Informasi*
3. Dikirim ke *Journal lain*