

ANALISIS MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN JOGJA ISTIMEWA TV

Broadcast Media Management Analysis of Jogja Istimewa TV

Oleh : Normandya Bagaskara, 16419141041, *Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta*
bagas@yuniarso.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji manajemen media penyiaran berbasis internet yang dilakukan oleh Jogja Istimewa TV dalam melakukan siarnya. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek penelitian ini adalah Jogja Istimewa TV. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan mencari pemusatan informasi. Sedangkan analisis data yang digunakan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Jogja Istimewa TV mengutamakan penyampaian informasi resmi dari Pemda secara utuh dan terverifikasi. Jogja Istimewa TV tidak menerapkan seluruh aspek dalam fungsi manajemen media penyiaran yaitu aspek tujuan kuantitatif penonton dalam fungsi perencanaan dan aspek pelatihan dalam fungsi pengarahan. Jogja Istimewa TV juga tidak melakukan aspek pelatihan kepada krunya karena target produksi yang tinggi dengan sumber daya manusia yang sedikit, sehingga Jogja Istimewa TV memiliki keterbatasan waktu dan intensi untuk melakukan pelatihan.

Kata kunci: manajemen media, media penyiaran, televisi, iptv

Abstract

This research aimed to study the internet based broadcast media management by Jogja Istimewa TV while doing its broadcast. Research used descriptive method with qualitative approach. Object of this research is Jogja Istimewa TV. This research data is collected through interview, observation, and documentation. Data validation in this research used triangulation of information by seeking resource convergence. Meanwhile used data analysis is through data reduction, data display, and conclusion drawing. Result of this research indicated that Jogja Istimewa TV prioritized the deliver of official information from regional government entirely and verified. Jogja Istimewa TV doesn't apply the whole aspects of broadcast media management functions; the aspect of the audience's quantitative goals in the planning function and the training aspect in the direction function. Jogja Istimewa TV also did not conduct training aspects for its crew because it had a high production target with few human resources, furthermore it had limited time and the intention to conduct training.

Keywords: media management, broadcast media, television, iptv

PENDAHULUAN

Televisi merupakan media massa yang paling digemari karena kontennya cenderung lebih mudah dicerna oleh penontonnya. Aksesnya pun relatif lebih mudah, tidak memerlukan kecakapan tinggi dalam mengakses teknologi. Lubis (dalam nielsen.com, 2019) pada tahun 2018 menunjukkan bahwa televisi mendapatkan peringkat pertama konsumsi media di Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa khalayak Indonesia memiliki minat yang tinggi terhadap konten televisi.

Siaran televisi pertama di Indonesia yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI) mengudara pada peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke 17 yaitu pada tanggal 17 Agustus 1962 (Nazar, 2019: 6-7). Sering berjalannya waktu, pemerintah memberikan peluang kepada pihak swasta nasional untuk mendirikan siaran televisi swasta di Indonesia. Setelah RCTI mengudara pada tahun 1989, lembaga penyiaran swasta lain ikut bermunculan (Djamal, 2017: 31-32).

Setelah disahkan UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran, televisi lokal mulai bermunculan. Menurut data dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Yogyakarta memiliki 1 lembaga penyiaran publik, 10 lembaga penyiaran swasta sistem jaringan, 7 lembaga penyiaran swasta lokal, dan 1 lembaga penyiaran komunitas. Menurut daftar izin penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran televisi yang diterbitkan oleh Menteri Koinfo sampai dengan November 2017, Yogyakarta memiliki enam lembaga penyiaran swasta lokal yaitu RBTV, ADI TV, Yogya TV, RTV, Kresna TV, dan Net. Yogyakarta.

Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang adalah internet. Internet menawarkan sumber informasi yang besar namun dapat diakses dengan cepat, mudah, dan murah. Pengguna dapat memilih konten apa yang ingin dia cari. Menurut survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018, menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia. Di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri pada khususnya, jumlah pengguna internet sebesar 73,8% dari jumlah penduduknya.

Survei APJII pada tahun 2018 menunjukkan bahwa konten yang kerap di akses oleh penduduk Indonesia adalah menonton film atau video dengan persentase sebesar 45,3%. Menonton film atau video menempati posisi pertama dalam konten hiburan yang paling sering dikunjungi. Melalui kemudahan banyaknya penonton video di internet, maka media ini menjadi media alternatif pengganti penyiaran terestrial.

Menurut Billah (2019: 35-36), Internet TV merupakan sebuah layanan yang menyajikan beraneka siaran audio-video, siaran data, dan layanan telekomunikasi melalui internet. TV *streaming* merupakan kegiatan menyaksikan program televisi tanpa melalui terestrial atau kabel. Vado (2015: 60) juga menjelaskan bahwa *video streaming* merupakan kegiatan mengunduh acara televisi melalui internet. Pengelola stasiun TV menempatkan program acara mereka di internet dengan tujuan untuk meraih penonton yang lebih luas, serta dapat disaksikan ulang tanpa perlu menunggu dari pihak stasiun TV. Menurut Orgad dalam Billah (2019: 36), konsep untuk menggambarkan atau memasarkan TV digital terdiri dari empat konstruksi, yaitu *TV in your pocket*, *TV anytime anywhere*, *TV on the go*, dan *enchanced TV*.

Penyelenggara *Internet Protocol Television* (IPTV) pertama di Indonesia adalah UseeTV. Teknologi terbaru dari TV berbayar di Indonesia ini menawarkan berbagai fitur unggulan seperti *Video on Demand* (VOD), *Video Recorder*, *TV on Demand*, *pause* serta *rewind TV*, dan masih banyak lagi. Layanan IPTV ini disajikan oleh UseeTV melalui basis protokol internet. IPTV seringkali disebut juga sebagai TV interaktif karena memiliki tampilan yang *user friendly*, diantarkan dengan teknologi mutakhir, dan interaktif. Penonton dapat memilih tayangan apa yang dia saksikan dan tidak terikat oleh jadwal tayang seperti yang dimiliki oleh TV konvensional (Milyane, 2018: 6)

Munculnya internet menyebabkan perubahan manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan. Penelitian yang dilakukan oleh Dwijayani (2019: 45-73) menunjukkan bahwa Batik TV Pekalongan menggunakan internet khususnya media sosial untuk media promosi, penampung saran, mengetahui jumlah interaksi, serta *rating* program Batik TV. Perubahan manajemen juga dirasakan oleh lembaga

penyiaran swasta Net.tv. Penelitian oleh Permana (2019: 21) menunjukkan bahwa Net.tv menggunakan media baru sebagai strategi utama menghadapi persaingan dengan televisi swasta nasional di Indonesia. Net.tv memiliki kanal digital khusus milik mereka sendiri yaitu Zulu.id. Berdasarkan dua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa internet digunakan untuk mendistribusikan konten televisi karena kemudahan aksesnya dan untuk menghadapi persaingan industri televisi.

Bagi lembaga penyiaran terestrial, tentunya model siaran dengan media baru ini akan berdampak pada manajemen media tersebut. Penyesuaian akan dilakukan karena perbedaan karakteristik dari penyiaran terestrial dan internet. Salah satu media penyiaran yang terdapat yaitu TV internet Solopos TV. Penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2016: 10-11) menyimpulkan bahwa dalam manajemen media televisi berbasis internet, terdapat pemangkasan sumber daya manusia. Oleh karena itu, biaya produksi dan pasca produksi lebih kecil.

Keuntungan menggunakan media baru dibanding dengan metode terestrial juga terlihat dari penelitian oleh Rozi (2015: 215). Rozi meneliti tentang penggunaan Youtube oleh televisi swasta lokal di kota Jember. Pendistribusian konten melalui situs *user generated content* menjadi solusi dari perkembangan teknologi dan perubahan regulasi penyiaran yang ada di Indonesia. Youtube dipilih karena situs tersebut gratis serta dapat menjangkau penonton yang lebih luas dari pada terestrial.

Televisi terestrial diatur oleh pemerintah dan diawasi oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) bagi lembaga penyiaran. Tayangan-tayangan yang sekiranya dapat menimbulkan dampak negatif, dilarang muncul di televisi. Sementara itu, melalui internet, belum ada aturan khusus yang mengatur bagaimana televisi melakukan siaran di media baru ini. Khalayak dapat menonton konten-konten yang tidak dapat mereka saksikan sebelumnya melalui televisi (Abdullah, 2018: 109-110).

Melihat pertumbuhan televisi lokal, keterbatasan frekwensi penyiaran terestrial, dan keunggulan yang ditawarkan oleh internet, maka pemerintah daerah (Pemda) DIY bersama Dinas

Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) DIY memanfaatkan kesempatan yang ditawarkan oleh internet untuk mendirikan televisi *streaming* yaitu Jogja Istimewa Televisi (Jogja Istimewa TV).

Jogja Istimewa TV sebagai televisi milik pemerintah menarik untuk diteliti karena menurut penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2018: 18), Jogja Istimewa TV merupakan fitur yang paling banyak diakses pada aplikasi "Jogja Istimewa". Manajemen Jogja Istimewa TV-pun relatif ramping karena hanya 12 kru. Selain itu Jogja Istimewa TV juga menempati peringkat 50 besar *channel* yang sering disaksikan di IPTV UseeTV.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang analisis manajemen media penyiaran Jogja Istimewa TV merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar ilmiah dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dengan peneliti sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Anggito, 2018: 8). Menurut Creswell yang dikutip oleh Semiawan (2010: 6), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi suatu gejala sentral. Hasil penelitian kualitatif dipengaruhi oleh pandangan, pemikiran, dan pengetahuan peneliti karena data dari penelitian kualitatif diinterpretasikan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Yusuf (2017: 63), penelitian deskriptif kualitatif mencoba memberikan gambaran keadaan sekarang secara tepat dan akurat. Moleong (2010: 4-11) menjelaskan lebih lanjut bahwa penelitian kualitatif menganalisa data yang dikumpulkan. Data tersebut dapat berupa kata-kata dan gambar, tetapi bukan angka. Data yang dikumpulkan memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Sumber Data

Menurut Moleong (2005: 157), sumber data pada penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Sumber data lain bisa didapat dari dokumen. Sugiyono dalam Firdaus (2018: 102) membagi sumber data menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti.

Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah manajer atas dan manajer tengah yaitu produser, *program director*, dan editor supervisi. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada sumber data. Pada penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumentasi.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Narasumber metode wawancara ditentukan dengan cara *purposive sampling* yaitu produser, pengarah program, dan editor supervisi. Data observasi diperoleh dari pengamatan kegiatan pengarah program dan editor supervisi dalam menjalankan tugasnya. Data dokumentasi diperoleh dari dokumen yang dimiliki oleh Jogja Istimewa TV seperti manajemen program, jadwal tayang, profil, dan statistik penonton.

Keabsahan Data

Menurut David Williams dalam Barlian (2016: 60) dalam penelitian kualitatif perlu dilakukan verifikasi. Verifikasi tersebut dilakukan menggunakan metode triangulasi. Menurut Sahide (2019: 10), triangulasi adalah prinsip menguji keabsahan data dengan cara klarifikasi data melalui pemakaian pengambilan data yang berbeda sampai data yang dihasilkan telah jenuh, sehingga dapat disimpulkan data yang absah dan valid.

Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi metode. Menurut Bachri (2010: 57) triangulasi metode adalah usaha pengecekan keabsahan data atau temuan penelitian dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Sahide (2019: 10) menjelaskan lebih lanjut bahwa ketika ragam metode tersebut ditarik dan hasilnya sama, maka akan didapatkan validitas dan sintesis yang cukup kuat. Peneliti akan membandingkan data dari metode wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian memilih data yang dianggap konsisten untuk dijadikan data pasti pada penelitian ini. Melalui triangulasi metode ini, maka akan terkumpul data yang valid.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data telah diperoleh dari berbagai sumber dengan teknik penumpulan data yang beragam, dan dilakukan

terus menerus hingga datanya jenuh. Dari banyaknya data tersebut maka diperlukan tahap analisis data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis dengan cara mengorganisir data ke dalam kategori, menjabarkannya, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, lalu membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh peneliti dan orang lain (Sugiyono, 2013: 244).

Proses analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Hardani (2020: 160-161) dibagi menjadi tiga Langkah yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Proses reduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun secara logis dan sistematis yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Tahap kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisa data. Peneliti menarik kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh agar menghasilkan temuan baru dalam bentuk deskripsi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Televisi *streaming* Pemda DIY berjangkauan Nasional

Media massa seperti yang dijelaskan oleh Bungin (2006, 85-86) memiliki tiga peran yaitu sebagai media edukasi, media informasi, dan media hiburan. Jogja Istimewa TV sebagai media massa menerapkan peran-peran tersebut melalui program-program yang ditayangkan. Jogja Istimewa TV memiliki enam program utama yang memenuhi peran media massa. Sebagai media massa yang menjalankan peran edukasinya, Jogja Istimewa TV memiliki program Jendela Jogja. Program tersebut berisikan film fiksi, dokumenter, dan animasi yang bertujuan sebagai program pendidikan karakter, budaya, keistimewaan DIY, norma dan tradisi adat istiadat suatu daerah. Jogja Istimewa TV sebagai media hiburan memiliki program Keliling Jogja. Disini Jogja Istimewa TV berfungsi sebagai katalisator budaya dengan menyiarkan seni dan budaya yang ada di DIY dengan format program *feature*.

Sebagai media informasi, Jogja Istimewa TV memiliki banyak program. Program media

informasi yaitu I Jogja, Seputar Pemda, Teras Jogja, dan Sarasehan. I Jogja merupakan program berita atau *news* yang menyajikan konten dengan format *hardnews*. Seputar Pemda menyajikan informasi Pemda DIY dengan format program film dokumenter. Teras Jogja menyajikan informasi *highlight* acara resmi Pemda DIY dan seputar Yogyakarta dalam format *softnews*. Sedangkan Sarasehan menyajikan informasi Pemda DIY dengan format *talkshow*. Agenda pimpinan SKPD, instansi pemerintah atau *stake holder* juga dapat menjadi sebuah program dengan judul sesuai dengan tema acara tersebut. Format yang digunakan adalah *feature* dan dokumentasi rapat.

Jogja Istimewa TV sebagai media penyiaran dapat dikategorikan berdasarkan poin-poin tertentu. Djamel (2011:85-91) menjelaskan bahwa media penyiaran dapat bersifat sebagai komunikasi linear atau sirkular. Berdasarkan hasil penelitian, Jogja Istimewa TV merupakan media penyiaran yang bersifat sirkular. Jogja Istimewa TV mendapatkan umpan balik dari penonton melalui media sosial yang dimiliki Jogja Istimewa TV. Saat ini, Jogja Istimewa TV aktif menggunakan media sosial Twitter, Instagram, kolom komentar YouTube, dan email sebagai wadah kritik dan saran.

Jogja Istimewa TV merupakan televisi milik Pemda DIY yang berada dibawah naungan Diskominfo DIY. Walaupun demikian, Jogja Istimewa TV tidak terikat dengan UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran dan Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta No. 13 tahun 2016 tentang penyelenggaraan penyiaran karena Jogja Istimewa TV tidak mendistribusikan kontennya menggunakan spektrum frekwensi radio melainkan menggunakan internet. Jogja Istimewa TV sendiri juga tidak memiliki badan hukum sehingga tidak dapat dikategorikan sebagai lembaga penyiaran publik lokal.

Format media penyiaran menurut Djamel (2011: 57-58) dibagi menjadi empat, yaitu media penyiaran pendidikan, media penyiaran berita, media penyiaran hiburan, dan media penyiaran umum. Berdasarkan program-program yang ditayangkan oleh Jogja Istimewa TV, maka Jogja Istimewa TV termasuk dalam kategori media penyiaran umum. Walaupun mayoritas program yang ditayangkan oleh Jogja Istimewa TV adalah berita atau informasi, tapi Jogja Istimewa TV juga

menayangkan program hiburan dan edukasi. Semua format siaran disajikan oleh Jogja Istimewa TV, maka Jogja Istimewa TV termasuk dalam kategori media penyiaran umum.

Berdasarkan wilayah cakupan layanan media penyiaran, terdapat empat kategori cakupan yaitu media penyiaran lokal, media penyiaran regional, media penyiaran nasional, dan media penyiaran internasional. Konten siaran Jogja Istimewa TV dapat diakses secara global karena programnya disiarkan melalui IPTV. Dengan situs Jogja Istimewa TV sebagai media siar utama, penyiaran juga dilakukan di TV kabel, dan aplikasi android. Walaupun demikian, target siar utamanya adalah untuk masyarakat Yogyakarta dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Oleh karena itu, Jogja Istimewa TV termasuk dalam kategori media penyiaran nasional.

2. Manajemen Media Penyiaran Jogja Istimewa TV

a. Perencanaan dan Strategi Penyiaran

Tahapan awal dalam melakukan manajemen media penyiaran adalah perencanaan. Perencanaan Jogja Istimewa TV dalam melakukan manajemen media penyiaran sudah terbilang baik. Berdasarkan hasil penelitian dokumentasi, Jogja Istimewa TV bertujuan untuk menyiarkan informasi seputar Pemda DIY serta informasi seni, budaya, pendidikan, dan pariwisata di seluruh DIY, serta program hiburan yang melibatkan masyarakat dan komunitas di DIY. Produser dan *program director* dalam sesi wawancara juga menambahkan bahwa Jogja Istimewa TV bertujuan untuk menjadi media kontrol sosial dan media kepercayaan publik Yogyakarta yang resmi dan terverifikasi informasinya. Tujuan ini sesuai dengan salah satu prinsip media massa yang dijelaskan oleh McQuail dalam Prasetyo (2020: 35-42), yaitu prinsip tatanan sosial dan solidaritas. Jogja Istimewa TV diharapkan dapat membela kepentingan otoritas masyarakat, sehingga menjadi alat kontrol sosial.

Memberikan informasi yang resmi dan terverifikasi juga sesuai dengan prinsip kebenaran. Jogja Istimewa TV memberikan informasi yang didapat langsung dari Pemda DIY. Karena Jogja Istimewa TV berada di dalam lingkup pemerintahan, maka Jogja Istimewa TV dapat memberikan informasi terkait Pemda DIY

secara utuh sehingga kualitas informasi akan terjaga. Jogja Istimewa TV dapat menjadi pelindung masyarakat dari propaganda, dan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.

Menurut Morris (2008: 138-169), tujuan media penyiaran dibagi menjadi tiga, yaitu tujuan ekonomi, tujuan pelayanan, dan tujuan personal. Dari sisi tujuan ekonomi, Jogja Istimewa TV memiliki anggaran yang berasal dari APBD. Berdasarkan hasil dokumentasi, Jogja Istimewa TV mendapatkan sumber pendanaan dari APBD sejak tahun 2017. Karena Jogja Istimewa TV mendapat anggarannya dari pemerintah, maka Jogja Istimewa TV memiliki kebijakan untuk tidak menerima iklan.

Tujuan pelayanan dari media penyiaran yaitu penentuan program yang akan ditayangkan agar dapat memenuhi kebutuhan dan minat penonton. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, Jogja Istimewa TV memiliki enam program utama yang disiarkan, yaitu I Jogja, Seputar Pemda, Teras Jogja, Keliling Jogja, Jendela Jogja, dan Sarasehan. Kegiatan Program-program tersebut meliputi program dengan format *hard news*, film dokumenter, *feature*, film fiksi, *talk show*, dan animasi. Liputan pimpinan SKPD, instansi pemerintah, atau *stake holder* juga dapat menjadi sebuah program yang berbentuk *feature* atau dokumentasi rapat. Berdasarkan hasil dokumentasi, pada tahun 2020 Jogja Istimewa TV memiliki target untuk memproduksi konten sebanyak 320 paket.

Program director dalam wawancara menjelaskan tujuan personalnya dalam Jogja Istimewa TV. Berdasarkan wawancara dengan produser dan *program director*, Jogja Istimewa TV bertujuan untuk menjadi media kontrol sosial dan media kepercayaan publik. Hal ini selaras dengan tujuan personal *program director* yang bertujuan untuk menjadikan Jogja Istimewa TV sebagai tolak ukur masyarakat apabila ingin mengetahui tentang Yogyakarta. *Program director* ingin Jogja Istimewa TV menjadi media penyiaran terpercaya karena berada dalam lingkup pemerintahan.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, Jogja Istimewa TV sebagai media penyiaran publik lokal tidak memiliki target jumlah penonton. Jogja Istimewa TV lebih fokus pada target demografi penonton, yaitu masyarakat

Yogyakarta, masyarakat Yogyakarta yang berada diluar kota Yogyakarta, dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Target usia penonton Jogja Istimewa TV adalah penonton dengan rentang usia 12 tahun keatas. Produser dalam wawancara menjelaskan bahwa Jogja Istimewa TV tidak menyiarkan program untuk bayi dan balita. Program-program yang disiarkan oleh Jogja Istimewa TV dirasa terlalu berat untuk usia dibawah 12 tahun.

Program yang ditayangkan secara langsung dan tidak ditayangkan secara langsung memiliki tahapan perencanaan yang berbeda. Pada program yang ditayangkan secara langsung, perencanaan atau pra produksi berupa diskusi. Mengambil contoh ketika siaran langsung HUT RI ke 75 di Istana Negara Yogyakarta, kru Jogja Istimewa TV berdiskusi tentang situasinya seperti apa, *rule mapping*-nya bagaimana, alat yang digunakan, kemudian strategi agar bagaimana kru Jogja Istimewa TV dapat mencakup keseluruhan acara HUT RI.

Untuk program yang tidak disiarkan secara langsung, kru Jogja Istimewa TV akan melakukan riset terlebih dahulu. Pada tahap pra produksi, kru Jogja Istimewa TV akan mengumpulkan data-data tentang topik yang akan diangkat. Setelah data-data tersebut dikumpulkan, kru Jogja Istimewa TV akan membuat rentetan pertanyaan yang kemudian akan ditanyakan kepada narasumber. Setelah itu, kru akan menghubungi narasumber terkait. Proses pra produksi yang meliputi penentuan topik, riset, dan pembuatan pertanyaan dilakukan pada rapat rutin yang diselenggarakan setiap hari Jumat. Rapat rutin yang dilakukan setiap hari Jumat ini diikuti oleh produser, *program director*, narasi, editor supervisi, desain grafis, kru liputan, kru berita, dan kru *playlist* VTR. Humas dan teknisi alat tidak terlibat dalam rapat rutin tersebut.

Jogja Istimewa TV memiliki enam program utama yaitu I Jogja, Seputar Pemda, Teras Jogja, Keliling Jogja, Jendela Jogja, dan Sarasehan. Sebagai lembaga penyiaran yang hanya memiliki kru sebanyak 12 orang, tentunya perlu strategi agar semua program dapat terselesaikan dengan baik. Strategi tersebut diterapkan pada program Jendela Jogja. Jogja Istimewa TV memiliki strategi bahwa konten yang ditayangkan pada program Jendela Jogja tidak semuanya merupakan hasil produksi dari

kru Jogja Istimewa TV. Jogja Istimewa TV bekerja sama dengan beberapa instansi dan komunitas film yang ada di Yogyakarta seperti Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Universitas Amikom Yogyakarta, Sekolah Tinggi Multimedia Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, dan bererapa komunitas film yang ada di Yogyakarta. Dari 100% tayangan yang ada di program Jendela Jogja, perkiraan konten yang berasal dari Jogja Istimewa TV sebesar 30% dan 70% sisanya berasal dari mitra kerja sama. Strategi ini juga bertujuan untuk menjembatani karya-karya yang diproduksi di Yogyakarta agar dapat dinikmati oleh khalayak.

Strategi juga dilakukan dalam menyelenggarakan sebuah program. Dalam wawancara dengan *program director*, dijelaskan bahwa untuk menaikkan jumlah penonton, kru Jogja Istimewa TV menyajikan konten-konten yang berisi tentang kelokalan Yogyakarta dengan bahasa Jawa. Program-program disajikan dengan cara menggunakan bahasa logat daerah, yaitu bahasa Jawa. Konten yang terkandung didalam program tersebut juga berisi tentang kearifan lokal budaya Jawa, khususnya Yogyakarta. Kearifan lokal disajikan dari pemilihan penutur, dan apa yang dituturkan. Strategi ini dilakukan karena kru Jogja Istimewa TV melihat terdapat perubahan *traffic* penonton ketika program dengan pembawaan bahasa Jawa ditayangkan.

Program dengan penyajian bahasa Jawa yang ditayangkan di Youtube, dalam satu hari dapat menggaet penonton hingga 600 orang. UseeTV juga memberikan indikator peningkatan penonton pada program dengan penyajian bahasa Jawa. *Program director* beranggapan bahwa orang mencari atau melihat TV lokal bertujuan untuk mencari kelokalannya, mencari sesuatu yang berbeda dari TV nasional. Namun, strategi ini hanya berlaku untuk program non-berita. Program berita tetap disajikan dengan bahasa Indonesia.

Salah satu contoh program yang menggunakan strategi penyampaian kearifan lokal Yogyakarta adalah program Jogja dari Atas yang merupakan anak program dari Keliling Jogja. Jogja dari Atas merupakan upaya dari kru Jogja Istimewa TV untuk menyampaikan peribahasa Jawa menggunakan pendekatan yang lebih familiar dengan anak muda masa kini. Pengambilan gambar Jogja dari Atas juga cukup

sederhana yaitu gambar *aerial* drone kota Yogyakarta yang ditambahkan dengan peribahasa Jawa serta penjelasannya. Dengan pengemasan yang ringan, sederhana, dan familiar, diharapkan program ini dapat menginformasikan peribahasa Jawa beserta artinya kepada anak-anak muda. Selain itu diharapkan juga angka penonton Jogja Istimewa TV akan meningkat.

Program berita I Jogja yang disiarkan oleh Jogja Istimewa TV juga memiliki strategi. I Jogja disiarkan pada pukul delapan, dua belas, petang, dan tengah malam. Strategi yang Jogja Istimewa TV terapkan pada I Jogja yaitu tidak mengambil sudut pandang pelaku atau hukumannya, tetapi dari sudut pandang usaha bangkitnya korban dari kerugian yang dialami. Sehingga, I Jogja tidak menyiarkan berita yang memaparkan konten kekerasan, seperti kebakaran atau penangkapan pencuri. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan I Jogja dapat menjadi program berita yang informatif dan dapat memberikan motivasi bagi penontonnya.

Strategi lain juga dilakukan pada bagaimana program-program di Jogja Istimewa TV diproduksi. Berdasarkan wawancara dengan *program director* dan editor supervisi, Jogja Istimewa TV mempersiapkan konten sejak seminggu sebelum konten tersebut disiarkan. Program-program non-berita sudah masuk ke bagian *playlist* VTR seminggu sebelum program tersebut tayang. Konten yang diproduksi harus memenuhi kriteria teknis yaitu berukuran *FullHD* 1920x1080p 25fps dan *audio sample rate* 48hz. Untuk program berita seperti I Jogja, diberi slot kosong dengan durasi 10 menit sesuai dengan durasi program. Hal ini disebabkan karena program I Jogja memproduksi berita yang diperbaharui terus menerus. Program yang disiarkan secara langsung juga tidak masuk dalam *playlist*. Apabila ada acara atau program yang disiarkan secara langsung, maka program tersebut akan memangkas program lain yang sebelumnya sudah terjadwalkan. Program yang terpankas akan kembali masuk jadwal, atau disiarkan lagi pada hari yang sama seminggu setelah hari program tersebut dipangkas.

Jadwal tayang program di Jogja Istimewa TV memiliki strategi yang tidak jauh berbeda dengan televisi pada umumnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan *program director*, jadwal tayang di Jogja Istimewa TV memiliki pola. Jogja

Istimewa TV menggunakan program berita yaitu I Jogja sebagai patokan. Program I Jogja ditayangkan setiap pukul 08.00, 12.00, 18.00, dan tengah malam pukul 00.00. Disela-sela program berita I Jogja, tayangan Jogja Istimewa TV diisi dengan program lain seperti Seputar Pemda, Teras Jogja, Keliling Jogja, Jendela Jogja, dan Sarasehan. Berdasarkan wawancara dengan editor supervisi, pada pukul 8 pagi hingga empat sore Jogja Istimewa TV menayangkan seputar pemerintahan seperti konten dari Dinas Kebudayaan, Dinas Pariwisata, dan program informasi Pemda seperti Seputar Jogja dan Teras Jogja. Jam ini menyesuaikan jam kantor ASN yaitu pukul 8 pagi hingga 4 sore. Selepas jam kantor, pola penayangan berubah. Program yang ditayangkan merupakan program *soft news*. non-berita dan hiburan. Jogja Istimewa TV menayangkan program-program unggulan selepas jam kantor seperti program Jendela Jogja dan penayangan film-film baru.

b. Pengorganisasian agar tercipta hubungan kerja

Menurut Morrisan (2008: 138-169), pengorganisasian meliputi proses pembentukan struktur organisasi, departementalisasi, dan pembagian kerja. Pengorganisasian yang dilakukan oleh Jogja Istimewa TV telah disesuaikan dengan tujuan organisasi, sumber daya, dan lingkungan yang melingkupi.

Menurut Manullang (2008: 1-18) terdapat tiga tingkatan manajer, yaitu manajer tertinggi, manajer menengah, dan manajer pengawasan. Manajer tertinggi terdiri dari dewan direksi dan presiden perusahaan. Berdasarkan struktur yang diterapkan dalam lembaga penyiaran Jogja Istimewa TV, maka manajer tertinggi terdiri dari eksekutif produser, humas, dan produser. Eksekutif produser berperan sebagai dewan direksi, sedangkan produser berperan sebagai presiden perusahaan. Humas berkordinasi langsung dengan produser, akan tetapi tidak dapat berkordinasi dengan kru Jogja Istimewa TV lainnya.

Produser bertanggung jawab atas pengadaan, pemberhentian, serta penghapusan program acara. Selain itu, produser juga bertanggung jawab pada seluruh aspek produksi yang ada di Jogja Istimewa TV mulai dari praproduksi, produksi, hingga paska produksi. Humas bertugas sebagai kordinator antar dinas-dinas di Pemda DIY yang memiliki kepentingan

untuk diliput atau liputan. Termasuk didalamnya bertugas mengurus surat-surat kerja sama dengan pihak diluar Jogja Istimewa TV.

Pada manajer tingkat menengah terdapat *program director* atau pengarah acara dan naskah. *Program director* bertanggung jawab atas seluruh program yang ditayangkan di Jogja Istimewa TV. *Program director* bertanggung jawab untuk mengamati dan memastikan seluruh program yang disiarkan berjalan sesuai dengan jalurnya masing-masing. Termasuk kesinambungan program atau acara-acara tertentu. *Program director* juga memiliki hak untuk memberikan usulan perihal keberlanjutan sebuah program acara. Naskah atau penulis naskah bekerja pada bagian pra produksi sebuah program. Naskah, seperti namanya, bertugas untuk menulis naskah yang nantinya akan diproduksi oleh tim liputan dan tim berita.

Pada tingkatan manajer pengawasan, terdapat *news*, kru liputan, dan *post-pro*. Manajer pengawasan bertugas untuk memimpin pekerja yang meliputi bidangnya. Namun pada Jogja Istimewa TV, selain memimpin, kru divisi terkait juga ikut bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing. Pada bagian *news* atau berita, terdiri dari dua orang yang bertugas untuk memproduksi konten berita untuk program I Jogja. Konten berita yang diproduksi bersifat buletin sehingga setiap hari harus diperbaharui. Pada bagian tim liputan, bertugas untuk memproduksi program non-berita. Program non-berita yang diproduksi sebanyak kurang lebih tujuh perminggu. Tim liputan juga bisa berkerja sama dengan tim berita.

Terakhir terdapat tim *post-pro* yang terdiri dari editor supervisi dan desain grafis. Tim ini bertanggung jawab terhadap proses paska produksi dari editing hingga konten tersebut siap ditayangkan. Editor supervisi bertugas untuk mengawasi proses paska produksi mulai dari *mastering audio*, *rough cut*, *fine cut*, *color grading*, hingga *review* sebelum akhirnya konten tersebut dimasukkan ke *Video Tape Recorder* (VTR). Desain grafis bertugas untuk memproduksi kebutuhan grafis sebuah program seperti *bumper*, *lower third*, *splash* dan lain-lain agar konten tersebut terlihat lebih menarik. Kebutuhan grafis tersebut sudah terdaftar pada naskah, tapi tidak jarang spontan dibutuhkan ketika memasuki tahap paska produksi. Karena

terbatasnya kru Jogja Istimewa TV, proses paska produksi tidak selalu dikerjakan oleh tim *post-pro*. Tim lain dapat mengerjakan editing hingga tahap *rough cut* yang nantinya akan diselesaikan dan diulas pada tahap *fine cut* oleh tim *post-pro*.

Terakhir terdapat operator atau non-manajer. Pada struktur Jogja Istimewa TV, operator terdapat tim *playlist* dan tim teknis penyiaran. Tim *playlist* bertanggung jawab pada penyusunan VTR sesuai dengan jadwal tayang yang sudah disepakati. Tim teknis penyiaran bertanggung jawab pada alat-alat penyiaran yang digunakan pada produksi program yang disiarkan secara langsung maupun produksi *in-house*.

GR. Terry dalam Prasetyo (2020:30) menjelaskan lima bentuk komunikasi dalam manajemen yaitu komunikasi formal, komunikasi nonformal, komunikasi informal, komunikasi teknis, dan komunikasi prosedural. Kordinasi yang dilakukan oleh Jogja Istimewa TV sering kali dilakukan dalam bentuk komunikasi nonformal. Komunikasi formal hanya dilakukan setiap seminggu sekali yaitu pada rapat rutin hari Jumat. Selepas itu, kordinasi yang dilakukan oleh Jogja Istimewa TV merupakan komunikasi non formal seperti memberikan kritik dan saran ketika proses pengeditan. Bentuk komunikasi ini sesuai dengan lingkungan kerja Jogja Istimewa TV yang terdiri dari 12 kru agar proses berjalan dengan cepat dan tidak terjebak birokrasi. Wawancara dengan produser menyebutkan bahwa pengadaan suatu program diajukan dengan cara komunikasi nonformal agar prosesnya tidak memakan waktu lama dan dapat segera diproduksi apabila telah disepakati.

c. Pengarahan untuk menjaga keefektifan dan efisiensi kerja

Pengarahan menurut Prasetyo (2020: 87-89) bertujuan untuk memberikan rasa antusias pada karyawan yang terdiri dari motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Berdasarkan wawancara dengan editor supervisi, pengarahan dilakukan secara langsung dengan cara memantau kru lain. Manajer tingkat atas memantau secara langsung perkembangan kinerja yang dilakukan oleh manajer dibawahnya atau operator. Pemantauan lebih mudah dilakukan karena kru yang ada di Jogja Istimewa TV terdiri dari 12 orang. Manajer dapat mengawasi secara langsung dan dapat melakukan pengarahan ketika ada perkembangan yang tidak sesuai dengan

tujuan Jogja Istimewa TV. Sedangkan untuk pelatihan, Jogja Istimewa TV tidak mengadakan kegiatan pelatihan khusus bagi krunya.

Contoh pengarahan yang dilakukan oleh editor supervisi yaitu ketika memantau peserta magang melakukan liputan. Editor supervisi melihat peserta magang melakukan liputan tentang kuliner, namun tidak menunjukkan makanan tersebut ketika dalam kondisi disajikan. Peserta magang hanya mengambil gambar berupa proses masak dan tidak menginformasikan bahan-bahan apa saja yang digunakan. Editor supervisi memberikan arahan untuk menghentikan liputan tersebut karena dianggap peserta magang kurang berusaha dalam memproduksi liputan kuliner tersebut.

Motivasi dan kepemimpinan di Jogja Istimewa TV lebih sering dilakukan ketika dalam rapat rutin hari Jumat. Rapat tersebut juga membahas tentang ide-ide menarik apa yang dimiliki kru Jogja Istimewa TV. Berdasarkan wawancara dengan produser, ketika membuat program baru untuk Jogja Istimewa TV. Kru akan memaparkan ide-ide bagaimana program tersebut dikemas, apa topik yang akan diangkat. Kemudian, produser dan *program director* akan memberikan arahan bagaimana baiknya program tersebut dieksekusi agar sesuai dengan standar Jogja Istimewa TV.

d. Pengawasan sebagai penjamin mutu kinerja

Pengawasan atau disebut juga dengan evaluasi, penilaian atau perbaikan merupakan usaha sistematis untuk menjaga standar, mengukur penyimpangan, dan mengoreksi hal-hal yang diperlukan untuk menjamin kinerja efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan perusahaan. (Robert J. Mockler dalam Prasetyo, 2020: 90).

Jogja Istimewa TV melakukan pengawasan melalui forum yang berbeda. *Program director* dalam wawancaranya mengungkapkan bahwa *program director* lebih suka menyebut evaluasi dengan kata apresiasi. Pada program yang disiarkan secara langsung, evaluasi atau apresiasi biasa dilakukan langsung setelah produksi selesai dijalankan. *Program director* akan mengapresiasi kinerja kru Jogja Istimewa TV dan akan membahas kekurangan atau kendala apa yang terjadi selama proses produksi siaran tersebut berlangsung.

Untuk kegiatan rutin seperti produksi konten program berita dan konten program non-berita, evaluasi dilakukan pada rapat rutin hari Jumat. Pada rapat tersebut, akan dipaparkan kendala-kendala apa yang dialami dalam seminggu terakhir. Kendala yang dialami dapat beragam, mulai dari kendala teknis dan kendala nonteknis. Kendala teknis seperti alat yang rusak atau keterbatasan alat yang tersedia. Sedangkan kendala non-teknis dapat berupa tidak adanya narasumber atau perijinan yang sulit. Evaluasi ini dilakukan untuk menjamin kinerja kru agar efektif dan efisien seperti yang diterangkan oleh Robert J. Mockler dalam Prasetyo (2020: 90).

Evaluasi juga bisa dilakukan secara nonformal pada tahap paska produksi khususnya editing. Sebelum sebuah konten program tersebut dapat ditayangkan, *program director* dan editor supervisi akan meninjau terlebih dahulu hasil edit dari videonya. Akan didiskusikan terlebih dahulu ada masukan atau tidak, apabila ada masukan atau revisi maka video tersebut akan langsung direvisi oleh editor supervisi. Evaluasi yang terdapat pada proses editing dapat berupa pembenahan struktur video, tulisan yang terlalu kecil, *color grading*, atau lagu pengiring yang kurang pas. Sesuai dengan penjelasan evaluasi oleh Robert J Mockler dalam Prasetyo (2020: 90), maka evaluasi ini bertujuan untuk menjaga standar lembaga penyiaran tersebut.

Pengawasan juga dilakukan dengan cara melihat angka penonton di beberapa media siaran tertentu. Dalam wawancara yang dilakukan dengan produser dan *program director*, Jogja Istimewa TV melihat laporan statistik dari UseeTV. Dari 155 channel yang ada di UseeTV, Jogja Istimewa TV menempati posisi hingga peringkat ke 20. Posisi tersebut fluktuatif, naik turun hingga terendahnya berada pada peringkat ke 70. Dari laporan yang diberikan oleh UseeTV, kru Jogja Istimewa TV melihat adanya peningkatan penonton pada program yang disajikan menggunakan bahasa Jawa. Oleh karenanya, kru Jogja Istimewa TV mencoba untuk mengemas program-program lain untuk menggunakan bahasa Jawa agar dapat menggaet lebih banyak penonton.

Melalui konten kelokalan ini pula Jogja Istimewa TV bekerja sama dengan VOA. VOA bekerja sama dengan Jogja Istimewa TV karena konten yang disajikan memuat kelokalan

Yogyakarta dengan bahasa Jawa. Selain itu, VOA juga bekerja sama dengan Jogja Istimewa TV karena berada di lingkup pemerintah sehingga informasi bisa didapatkan secara cepat. Melalui hasil wawancara dengan *program director*, penonton Youtube dianalogikan sebagai representasi dari penonton UseeTV. *Program director* beranggapan bahwa apabila penonton suatu program di Youtube tinggi, berarti penonton di UseeTV juga tinggi.

Selain melalui Youtube dan UseeTV, pengawasan juga dilakukan melalui Jogja Medianet. Berdasarkan hasil wawancara dengan *program director*, konten eksklusif siaran langsung HUT RI tahun 2020 menunjukkan peningkatan penonton. Melalui Jogja Medianet, terdapat sekitar 2.500 data keluar. Dapat diartikan bahwa ketika siaran langsung HUT RI di Istana Negara Yogyakarta, Jogja Istimewa TV mendapatkan penonton sebanyak 2.500 orang.

Menurut Djamal (2011: 85-91) sifat media penyiaran terbagi menjadi dua, yaitu bersifat komunikasi linier atau sirkular. Jogja Istimewa TV menggunakan media sosial sebagai wadah penampung kritik dan saran dari penonton agar menjadi media penyiaran yang bersifat komunikasi sirkular. Kritik dan saran dari penonton tersebut sekaligus digunakan Jogja Istimewa TV untuk meningkatkan kualitas program siaran. Jogja Istimewa TV menggunakan berbagai media sosial sebagai sarana penerimaan kritik dan saran, seperti Twitter, Instagram, Youtube dan *email*. Segala kritik dan saran diterima oleh Jogja Istimewa TV, namun tidak semua bisa diakomodir. Kritik dan saran yang diterima akan dipertimbangkan terlebih dahulu, kemudian disesuaikan dengan format baku yang ada di Jogja Istimewa TV. Berdasarkan wawancara dengan produser, komentar yang masuk dari Youtube juga menjadi perhatian. Namun, Jogja Istimewa TV berhati-hati dalam menanggapi komentar karena Jogja Istimewa TV merupakan media resmi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Jogja Istimewa TV tidak menerapkan seluruh aspek dalam empat fungsi manajemen, namun tetap dapat menjalankan lembaga penyiarannya. Oleh karena itu, potensi kembang lembaga penyiaran tersebut menjadi terhambat.

2. Penerapan fungsi perencanaan khususnya tujuan ekonomi belum optimal. Jogja Istimewa TV memiliki target pengeluaran keuangan dan target kualitatif penonton, tapi tidak memiliki target rating dan target kuantitatif penonton.
3. Pengorganisasian yang dilakukan oleh Jogja Istimewa TV dilakukan dengan baik. Pembagian tugas dan koordinasi yang diterapkan sudah sesuai dengan kondisi lingkungan media dan ketersediaan sumber daya manusia.
4. Fungsi pengarahan belum optimal karena Jogja Istimewa TV belum mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pekerja medianya.
5. Pengawasan atau evaluasi yang dilakukan oleh Jogja Istimewa TV belum optimal karena belum menggunakan keseluruhan data dari berbagai platform siarnya sehingga tidak dapat ditarik kesimpulan secara holistik apakah tujuan ekonomi sudah tercapai.

Saran

1. Metode observasi pada penelitian ini perlu lebih beragam objeknya, tidak hanya di studio. Metode observasi perlu juga dilakukan pada kru liputan dan kru berita yang bekerja di lapangan. Dengan begitu, data observasi dari kegiatan lapangan tersebut dapat menjadi pelengkap pernyataan dari narasumber wawancara tentang kegiatan lapangan.
2. Sebaiknya Jogja Istimewa TV memiliki target kuantitatif penonton sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi apakah strategi pengemasan program yang digunakan sudah tepat atau belum.
3. Jogja Istimewa TV perlu mengadakan pengarahan berupa pelatihan kepada krunya agar konten yang diberikan oleh Jogja Istimewa TV dapat lebih ditingkatkan dan dapat lebih beragam.
4. Perhatian lebih dapat diperhatikan oleh Jogja Istimewa TV terhadap statistik atau laporan dari tiap-tiap platform siarnya. Sehingga ketika melakukan perencanaan atau evaluasi, didasari oleh data yang bersifat holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A & Puspitasari, L. (2018). Media televisi di era internet. *ProTVF*, 2 (1), 101-110.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- APJIII. (2019). *Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet indonesia 2018*. diakses pada Maret, 22, 2020, dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10 (1), 46-62.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Billah, S. A. (2019). Kesiapan Indosiar dalam menghadapi era multiplatform dan konvergensi media. *Jika*, 2 (2). 32-43.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi komunikasi*. Jakarta: Kencana Penadamedia Group.
- Djamal, H., & Fachrudin, A. (2011). *Dasar-dasar penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Djamal, H., & Fachrudin, A. (2017). *Dasar-dasar penyiaran: Sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi (2nd ed)*. Jakarta: Prenada Media.
- DPR RI. (2002). Undang-Undang RI, Nomor 23, Tahun 2002, tentang Penyiaran.
- Dwijayani, P. D. (2019). *Analisis manajemen media penyiaran Batik TV Pekalongan di era konvergensi Media*. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- E-penyiaran.kominfo.go.id. (2017). *Daftar izin penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran televisi yang sudah diterbitkan oleh menteri kominfo sampai dengan November 2017*. Diakses pada Maret, 13, 2020, dari <https://e-penyiaran.kominfo.go.id/uploads/informasi/4be6453eb9b45d3e3370ede9c586ce84.pdf>.
- Firdaus & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi metodologi penelitian*. Sleman: Deepublish.
- Hardani., Auliya, N. H., Andriani, Helimina., et al. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

- Manullang, M. (2008). *Dasar-dasar manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Milyane, T. M., & Pramesthi, J. A. (2018). Analisis perkembangan internet protocol television pertama di indonesia: studi kasus pada UseeTV. *Dialektika*, 5 (1).
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif (Rev. ed.)* Bandung: Remaja Persada Karya.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Morissan, M.A. (2008). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio & televisi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Nazar, Y., Utari, E. H., Hamid, J. A., et al. (2019). *Manajemen penyiaran televisi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Nielsen. (2019). *Mengoptimalkan strategi komunikasi dan pemasaran dengan Nielsen total audience*. Diakses pada Maret, 13, 2020, dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2019/mengoptimalkan-strategi-komunikasi-dan-pemasaran-dengan-nielsen-total-audience/>
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi pemanfaatan media baru Net. TV. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23 (1), 21-36. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1770>
- Prasetyo, A. P. (2020). *Manajemen media massa*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2016). Peraturan Daerah, Nomor 13, Tahun 2016, tentang Penyelenggaraan Penyiaran.
- Rachmawati, R., Ramadhan, E., Rohmah, A. A. (2018). Aplikasi smart province "Jogja Istimewa": penyediaan informasi terintegrasi dan pemanfaatannya. *Majalah Geografi Indonesia*, 32 (1), 14-23. <https://doi.org/10.22146/mgi.31662>
- Rozi, R. F. (2015). Distribusi konten tayangan televisi swasta lokal di Kota Jember melalui media online. *Jurnal Ilmu-Ilmu Humaniora*, 5 (2), 208-215.
- Sahide, M. A. K. (2019). *Metodologi penelitian sosial: Keahlian minimum untuk teknik penulisan ilmiah*. Makassar: Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin.
- Santoso, D. H., & Budianto, H. (2016). Penerapan new media technology pada televisi berbasis internet Solopos TV. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15 (1), 79-95.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Vado, R. Z., Nugroho, E., & Nugroho, H. A. (2015). Mobile TV: teknologi multimedia, tantangan, dan peluang bisnisnya. *Proceedings of Conference on Information technology and Electrical Engineering*, 60-65.
- Yusuf, M. (2017). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

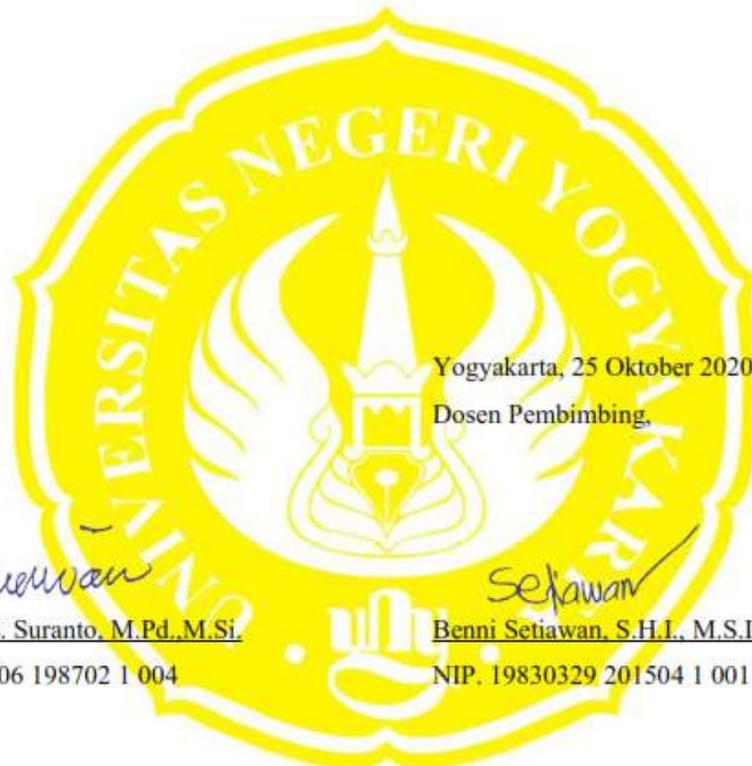
LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul TAS : Analisis Manajemen Media Penyiaran Jogja Istimewa TV

Nama : Normandya Bagaskara

NIM : 16419141041

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Reviewer,

Yogyakarta, 25 Oktober 2020

Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. Drs. Suranto, M.Pd., M.Si.

NIP. 19610306 198702 1 004



Benni Setiawan, S.H.I., M.S.I.

NIP. 19830329 201504 1 001

Rekomendasi Pembimbing (mohon dilingkari salah satu)

1. Dikirim ke Journal Student
2. Dikirim ke Journal ...
3. Dikirim ke Journal ...