

**MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN
NET TV BIRO YOGYAKARTA DI ERA DISRUPSI**

Fadeyanto Prabowo

D3 Penyiaran, Akademi Komunikasi Radya Binatama

Email: fadegoaway@gmail.com

ABSTRAK

NET. sebagai Televisi Masa Kini merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET. hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun televisi lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET. didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah diakses. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen penyiaran di era disrupsi. Metode penelitian yang digunakan adalah diskripsi kualitatif. Teori yang digunakan adalah manajemen media penyiaran new media

Kata Kunci : Disrupsi, Manajemen Penyiaran, NET TV

PENDAHULUAN

Industri televisi di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal itu memungkinkan semakin banyaknya program yang disuguhkan baik yang disiarkan oleh stasiun televisi lokal maupun stasiun televisi nasional. Dunia pertelevisian Indonesia mulai marak sejak pemerintah mengeluarkan izin kehadiran televisi swasta pada tahun 1989.

Menurut Hidayat, Rizki (2015) membuat bisnis media penyiaran tidak mudah, mengelola media penyiaran sama halnya dengan mengelola manusia, dimana dalam media penyiaran dibutuhkan sumber daya manusia yang kreatif dan bekerja sesuai tiga pilar utama dalam media penyiaran, yaitu teknik, pemrograman, dan pemasaran. Dengan demikian keberhasilan sebuah media penyiaran tergantung pada manajemen yang baik dalam media penyiaran. Manajemen penyiaran mempunyai tugas untuk membuat rancangan, melaksanakan hingga mengevaluasi, berkoordinasi dengan sumber daya yang ada. Akan tetapi kondisi di era disrupsi kali ini perubahan

yang sangat cepat terasa di industri penyiaran, dimana perubahan tersebut membuat gaya hidup dan kecenderungan seseorang berubah.

Perubahan besar atau fundamental tersebut sebenarnya bukan hal baru. Dalam sejarah peradaban manusia, kita setidaknya mengenal 4 disrupsi yang mengubah tatanan lama. Disrupsi pertama terjadi pada abad 18 dengan ditemukannya tenaga uap untuk mekanisasi produksi. Teknologi ini menggantikan kuda dengan kereta api sebagai alat transportasi, menggantikan tenaga kasar usia dengan mesin-mesin untuk melipatgandakan. Disrupsi kedua, terutama dipicu oleh ditemukannya tenaga listrik. Teknologi ini membuat skala Disrupsi generasi keempat ditandai oleh makin pentingnya kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*), penggunaan robotika, internet untuk segala hal (*Internet of Things*), dunia virtual (*virtual reality/VR*), dan mesin cetak tiga dimensi. Jika bisnis perusahaan tidak beradaptasi dengan perubahan tersebut, perusahaan akan mati. Banyak sekali contoh, bagaimana perusahaan yang semula dominan dan menguasai pasar, tetapi karena terlambat beradaptasi dengan

perubahan, pada akhirnya mati. Misalnya Kodak, yang sebelumnya menguasai pasar fotografi, lambat dalam mengadopsi teknologi fotografi digital, pada akhirnya bangkrut pada tahun 2012 karena kalah bersaing dengan perusahaan baru. Disrupsi ketiga, dimulai pasca Perang Dunia II, yang ditandai dengan kehadiran elektronika dan teknologi informasi untuk otomatisasi produksi. Saat ini kita mengarah kepada disrupsi generasi keempat yang dipicu terutama oleh kehadiran internet dan dunia virtual. Gejala ini terjadi dalam semua bisnis, mulai dari transportasi, perbankan, asuransi, pendidikan, pariwisata, dan sebagainya.

Revolusi industri 4.0 diperkenalkan pertama kali oleh Profesor Klaus Schwab seorang ekonom dari Jerman yang menulis buku *The Fourth Industrial Revolution*, menurutnya konsep tersebut telah mengubah hidup dan kerja manusia. Adanya smartphone, superkomputer, robot pintar, editing genetik, kendaraan tanpa pengemudi, dan beberapa teknologi dengan mengoptimalkan kinerja otak manusia. Dalam revolusi ini telah ditemukan pola baru ketika disrupsi teknologi, yang hadir dengan

cepat dan mengancam industri *incumbent*, banyak industri-industri besar yang terancam gulung tikar akibat adanya revolusi industri, dalam artikel Sarah, Maya (2015)

Sektor industri di dunia merasakan dampak adanya revolusi industri 4.0 salah satunya di Indonesia yang mulai bertransformasi, supaya dapat bertahan dalam era disrupsi seperti ini. Industri pertelevisian di Indonesia juga harus ikut serta dalam mengikuti arus perubahan yang begitu cepat, agar tidak ditinggalkan oleh pemirsanya atau penontonnya yang membuat kerugian dalam industri televisi. Banyak hal yang harus dipersiapkan industri televisi dalam menghadapi revolusi industri 4.0 di Indonesia, perkembangan televisi di Indonesia dari tahun ketahun mengalami perubahan mulai dari akuisisi hingga muncul televisi swasta baru.

Kemunculan NET. di Indonesia ikut meramaikan dunia pertelevisian. Berdiri sebagai stasiun televisi baru pada 26 Mei 2013, NET. hadir karena didasari oleh program acara televisi di Indonesia yang semakin lama semakin tidak seimbang. Wishnutama ingin masyarakat Indonesia memperoleh hal yang positif dari televisi sebab tayangan yang beredar belakangan semakin hari semakin kurang

berkualitas. Televisi saat ini, dari segi konsep maupun kualitas produksi memang kurang inovatif karena bergantung pada tinggi rendahnya rating. NET. dengan *tagline* “Revolusi Media” ingin menjawab kebutuhan pemirsa dengan menghadirkan program acara yang memiliki *value*, memiliki makna, dan bukan sekedar sensasi belaka.

NET. sebagai Televisi Masa Kini merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET. hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun televisi lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET. didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah diakses. Karena itulah, sejak awal NET. muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. secara tidak terbatas, kapan pun, dan di mana pun.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian manajemen menurut Schoderbek, Cosier, dan Aplin (dalam Morrisan, 20013:138) manajemen

merupakan : “*A process of achieving organizational goal trough other*” (suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain). Stoner mendefinisikan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Marry Parker mendefinisikan manajemen sebagai suatu seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Berbeda dengan George R. Terry yang mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), dan pengawasan (controlling) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran atau tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaat sumberdaya manusia serta sumber-sumber lain yang berupa men (manusia), materials (bahan-bahan), machines (mesin/peralatan), methods (metode/cara), money (uang), dan market (pasar). Menurut Rois Arifin dan Helmi Muhammad (2016:2) “Manajemen adalah seni dalam

menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain". definisi tersebut mengandung arti bahwa seorang manajer akan mencapai tujuan organisasinya dengan cara mengatur orang lain untuk melaksanakan tugas yang dibagi untuk kepentingan bersama. Pengertian manajemen sangat luas, sehingga dalam aplikasinya tidak ada definisi yang konsisten digunakan oleh semua orang.

Pengertian penyiaran menurut Wahyudi dalam artikel Setiadi (2015) adalah kegiatan pembuatan dan proses menyiarkan siaran radio atau televisi serta pengelolaan operasional perangkat lunak dan perangkat keras, yang meliputi kelembagaan, dan sumberdaya manusia untuk memungkinkan terselenggaranya siaran radio dan televisi yang berkualitas. Kegiatan penyiaran dilakukan oleh organisasi penyiaran, baik organisasi penyiaran yang bersifat public sector, privat sector, maupun bersifat non profit (not profit oriented).

Output dari organisasi penyiaran sendiri adalah siaran. Siaran menurut Wahyudi (1994) dalam artikel Fredy Masahengke (2018) berasal dari kata siar. Siar mempunyai arti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata siar ditambah akhiran-

an, membentuk kata benda yang memiliki makna apa yang disiarkan. Siaran bisa berupa siaran radio maupun siaran televisi.

Siaran tersebut dikelola oleh organisasi penyiaran yang didalamnya terdapat orang-orang teknik, siaran, dan orang yang mengelola administrasi atau keuangan. Organisasi penyiaran menurut J.B Wahyudi dalam bukunya Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran (Siaran-Teknik-Administrasi) saling bekerjasama dalam merencanakan, memproduksi atau mengadakan materi siaran sekaligus menyiarkan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Masehengke (2018)

Manajemen penyiaran sangat penting diterapkan oleh organisasi penyiaran, yaitu suatu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti manajemen penyiaran sebagai "motor penggerak" organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian suatu tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran. Menurut Wahyudi (1994) dalam Masahengke (2018), bahwa manajemen penyiaran dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mempengaruhi atau memanfaatkan kepandaian dan keterampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi,

dan menyiarkan siaran dalam usaha mencapai tujuan bersama.

Suatu organisasi penyiaran dapat berhasil dalam mencapai tujuan dengan membutuhkan suatu unsur penunjang yang berupa ide (naskah), pengisi suara (talent), peralatan (teknis), kerabat kerja produksi, siaran dan pendengar atau penonton. Selain itu juga terdapat ruang kerja yang nyaman agar bisa menciptakan ide ide segar atau ide baru.

PEMBAHASAN

Konvergensi media dipicu oleh percepatan miniaturisasi peralatan canggih dan kemampuan untuk mengompres data menjadi bit digital yang kecil sehingga mudah di simpan dan di transmisi. Perusahaan-perusahaan media, baik yang produknya di dasarkan pada teknologi cetak, teknologi digital, elektronik, fotografis dan semua yang terlibat dalam konvergensi ini. Kevin Manay dari USA Today, dikutip dari (Vivian , 2015), ketika menulis dimajalah Quill menyatakan sebagai berikut :

“ Semua perangkat yang dipakai oleh orang berkomunikasi dan semua jenis komunikasih mulai melebur menjadi satu industri megamedia raksasa. Akibatnya adalah jalur telpon akan memuat acara TV. Televisi kabel akan dipakai untuk menelpon, computer

akan dipakai untuk menonton dan mengedit film. Ponsel berteknologi akan bisa melakukan panggilan ke majalah interaktif yang menggabungkan teks, suara dan video untuk menyampaikan beritanya”

Konvergensi media di Indonesia juga turut dipengaruhi oleh munculnya teknologi 4G –LTE, kecepatan bandwidth koneksi internet dengan menggunakan teknologi 4G – LTE yang konon mampu mencapai 10 kali lipat kecepatan akses 3G, mendorong penerapan konvergensi media di Indonesia. Kemunculan teknologi ini juga membuka kesempatan luas medi baru di Indonesia dan memberikan tantangan untuk melakukan konvergensi media yang telah ada. Khalayak cukup nirkabel dan semua bentuk media massa yang ada saat ini (Gemiharto, 2015)

Konvergensi media ini juga telah merambat dunia pertelevisian di Indonesia karna televisi siaran mendistribusikan konten-kontennya tidak hanya secara teresterial saja, tetapi juga melalui jaringan digital. Perkembangan teknologi digital yang berbasis computer dan internet ini juga turut membidani lainnya berbagai platform yang dapat digunakan sebagai media distribusi. Konten program-

program stasiun televisi, kini hampir semua stasiun televisi memiliki situs streamingnya sendiri.

NET TV Biro Yogyakarta didirikan sejak 5 Oktober 2015 Hal ini berdasarkan pada undang undang no 32 tahun 2002 yang menyebutkan bahwa ketika stasiun TV Nasional akan melaksanakan siaran di suatu daerah maka stasiun TV tersebut harus memberikan 2 jam waktu penayangan khusus untuk konten lokal. Oleh karena itu, keberadaan NET TV Biro Yogyakarta penting untuk melaksanakan amanat tersebut, karena dengan adanya biro maka kewajiban tersebut akan lebih mudah dilaksanakan.

Keberadaan sebuah biro di suatu daerah juga dimaksudkan sebagai *suplay* konten dari Yogyakarta ke Jakarta. Tayangan yang dimaksud terkait dengan pemberitaan, wisata, kuliner dan lain-lain. Hal ini dimaksudkan selain kontennya menjadi lebih update juga untuk meminimalisir budgeting. Program yang dibuat langsung di Yogyakarta oleh tim di daerah akan lebih ekonomis jika dibandingkan dengan mendatangkan tim dari Jakarta.

Selain itu, NET Biro Yogyakarta hadir untuk menambah *awareness* NET sebagai salah satu stasiun televisi

nasional baru pada wilayah di wilayah DIY, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jawa Timur. Dengan adanya perhatian kepada daerah ini diharapkan mampu untuk lebih melihat potensi yang ada pada masing-masing wilayah. Selain membentuk Biro di setiap wilayah, NET TV juga berdiri dengan konsep industri Digital Platform, sekaligus mengemukakan alasan konkrit pembentukan biro biro di setiap daerah.

1. Kewenangan Khusus Bagi TV Biro

Berdasarkan data yang dimiliki oleh Biro NET TV Yogyakarta, diketahui bahwa saat ini konten informasi yang dihasilkan sebesar 50:50 untuk warga Yogyakarta dan warga di luar Yogyakarta khususnya terkait dengan informasi pariwisata. Sedangkan, berdasarkan traffic demografis di media sosial, diketahui bahwa audience di Instagram Biro NET TV Yogyakarta lebih banyak berasal dari luar Yogyakarta, kurang lebih 48 % audience adalah warga Yogyakarta, sisanya warga luar Yogyakarta. Berbekal data yang dimaksud diatas, maka NET TV Biro Yogyakarta lebih menitikberatkan konten informasinya pada bidang kuliner dan wisata. Hal ini diharapkan audience akan menjadikan siaran konten dari NET

TV Biro Yogyakarta sebagai acuan sumber informasi ketika akan berkunjung ke Yogyakarta.

Hasil evaluasi setiap 3 bulan diketahui bahwa program ini dirasa cukup efektif untuk meningkatkan *traffic audience* dari luar Jogja semakin tinggi. Terutama untuk konten kuliner. Lebih lanjut diharapkan kontennya tidak hanya sebatas daerah Yogyakarta saja namun bisa menjangkau wilayah Indonesia lainnya. Walaupun demikian, hal ini tidak mengharuskan setiap Biro yang berada di daerah, untuk mengikuti program dari Jakarta, karena NET MEDIATAMA sendiri memberikan kewenangan bagi setiap Biro yang berada di daerah untuk berkreasi, dengan tujuan bahwa meningkatkan nilai tambah bagi potensi yang ada di daerah yang dimaksud.

Keberadaan biro di daerah menjadi alat bagi stasiun televisi untuk lebih mendekatkan diri kepada audiensnya. Oleh sebab itu, biro diberikan kewenangan untuk berkreasi dalam menghasilkan konten informasinya. Tujuannya adalah untuk lebih meningkatkan potensi yang ada di Yogyakarta maupun mengenalkan Yogyakarta ke luar daerahnya. Dengan lebih ditonjolkannya potensi-potensi di

daerah lebih lanjut diharapkan selain mengangkat nama daerah juga memberikan manfaat pendapatan bagi stasiun televisi itu sendiri.

2. Strategi NET TV dalam Menghadapi Disrupsi Media

Kondisi pertelevisian di Indonesia saat ini dapat dikatakan berada pada situasi yang kurang bagus. Untuk bertahan secara industri dalam kurun waktu 5 sampai dengan 10 tahun ke depan belum dapat diprediksi. Lebih lanjut ada kemungkinan stasiun televisi sebagai industri besar ini akan terbagi menjadi unit-unit yang lebih kecil sesuai dengan segmentasinya. NET TV atau NETmediatama direncanakan akan dibagi menjadi beberapa unit diantaranya adalah PT NET Media News, PT NET Media Creative, PT NET Media Talent. Hal ini diharapkan unit-unit ini bisa mengimbangi konten-konten di Youtube dan platform social media lainnya. Selain itu, NET TV juga mengelola manajemen artis, sehingga dapat mengelola artis-artis talent NET untuk dapat bersaing dengan manajemen artis lainnya.

Strategi yang dilakukan NET TV dengan membuat digital platform sebagai solusi menghadapi disrupsi

media juga di berlakukan di setiap Biro yang ada di daerah, dengan melihat kondisi serupa dan mempertahankan eksistensinya sebagai Media Televisi local. Ada 3 komponen yang dimiliki oleh sebuah stasiun televisi yaitu : digital, on air dan off air. Tiga-tiganya ini harus saling terkait untuk mendapatkan awareness yang bagus. Untuk itu tayangan on air juga terhubung dengan digital. Setiap tayangan yang disiarkan secara on air di televisi akan ditayangkan juga di platform digital dalam hal ini Youtube. Sebaliknya, didalam tayangan Youtube akan disampaikan bahwa tayangan tersebut ditayangkan secara di televisi pada waktu yang telah dijadwalkan.

Sedangkan untuk kegiatan off air, lebih pada melakukan kerjasama dengan pihak ketiga dalam melaksanakan program, seperti misalnya dengan Net Good People. Programnya pun bermacam-maca, dari hanya sebatas membagi-bagikan stiker sampai dengan bekerjasama dalam penyelenggaraan event musik.

Kembali pada penggunaan media digital sebagai platform penyedia konten NET. TV, salah satu program NET. TV yang telah menggunakan konvergensi media adalah NET. Citizen Journalism (

NET.CJ) Hasil penelitian Vebrynda, Maryani, dan Abdullah menemukan bahwa dengan menggunakan berbagai platform media yang fungsinya berbeda dan memiliki satu tujuan yang sama yaitu, untuk menjalankan program NET.CJ.

Kemunculan media sosial berbagai video seperti Youtube juga turut mempengaruhi strategi manajemen media NET, dalam menghadapi disrupsi, kini yang menjadi pesaing NET, bukan hanya sesama stasiun televisi, atau old media lain, tetapi kanal-kanal Youtube yang memiliki Subscribe besar juga menjadi saingan berat dalam konteks menjaring iklan / sponsor.

SIMPULAN DAN SARAN

Perhatian besar NET TV terhadap perkembangan teknologi digital, khususnya platform- platform digital, membawa stasiun televisi swasta nasional ini kini menjadi salah satu stasiun televisi yang konten-konten programnya banyak digemari oleh khalayak. Selain akses terhadap konten program yang tersedia di seluruh platform, NET.TV juga tidak berhenti membuat program program televisi khas yang berbeda dengan program

televise swasta lainnya, meskipun seringkali dilabeli sebagai stasiun televise masa kini, antimainstream, dan kece.

NET. TV yang masi belum mampu masuk dalam lima besar besar secara rating, share karena segmentasinya yang hanya menyasar kalangan muda menengah keatas, atau secara lebih spesifik, kaum milineals masa kini yang sudah terbiasa menengah keatas, atau secara lebih spesifik, kaum milenials masa kini yang sudah terbiasa menggunakan media sosial dalam keseharian mereka. Dan juga sebagai startegi dari NET TV swasta yang berada di lokal untuk mempertahankan di Era Disrupsi

DAFTAR PUSTAKA

Darwanto,1993, Manajemen Program dan Program Siaran, Japan International Cooperation Agency (JICA), Multi Media Training Centre Yogyakarta.

Fachrudin, Andi.2012 Dasar-dasar Produksi Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Fajar Junaedi,2014."Manajemen Media Massa" Buku Litera,Yogyakarta.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}Hani

Handoko,T.1984, *Manajemen edisi 2*, BPFE-Yogyakarta.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}Hermanto, Budhi.2007. "*Televisi Komunitas: Media Pemberdayaan Masyarakat*".

Jurnal Komunikasi, Volume 2, Nomor 1, Oktober 2007, Program Studi Ilmu Komunikasi UII.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}Ispandriarno, Lukas.2006. "*Mengapa dan Bagaimana Memelototi Media*". Makalah disampaikan Pendidikan Melek Media bagi Pelajar SMAN 1 Kasihan, Bantul.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}

M.A, Morrissan,2008, *Manajemen Media Penyiaran*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}McQuail, Denis.1996. *Teori komunikasi Massa*. Jakarta:Erlangga.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}

Milles, Matthew dan Huberman, A. Michael. 1992. Analisis Data Kualitatif: Buku

Sumber Tentang Metode-metode BAru. Jakarta :UI Press

Moloeng,Lexy,2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}

Rachmatie, 2007, *Radio Komunitas*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

Robbins dan Judge, 2007, *Perilaku Organisasi*, Jilid 2. Jakarta : Salemba Empat

Setyobudi, Ciptono.2005, *Pengantar Broadcasting Televisi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}

Soehoet,Hoeta,A.M.2002, *Manajemen Media Massa*, Yayasan

Kampus Tercinta

FISIP Jakarta

Sutopo, 2002, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Universitas Sebelas Maret Press, Surakarta

Usman, Husaini dan Pramono Setiadi A. 1995, *Metedologi Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta

Wahyudi J.B. 1985, *Jurnalistik televisi, tentang dan Sekitar Siaran Berita*. TVRI, Alumni, Bandung

Wahyudi J.B. 1994, *Dasar-Dasar Manajemen*

Penyiaran, Jakarta: Gramedia Pusaka

Utama Wibowo, Freed. 2007, *Teknik Produksi Program Televisi*, Pinus Book Publisher

Ayu tri Pratiwi, 2008, *Tingkat Partisipasi Warga Dalam Menyelenggarakan Radio Komunitas*, No.A14204027, Ilmu Komunikasi, Fakultas Pertanian, IPB.

Ghazali, Effendi, 2002, *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak (sebuah Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas)*, Universitas Indonesia, Jakarta

