

STRATEGI KOMUNIKASI GAJAYANA TV DALAM MEMBUAT PROGRAM ACARA YANG MENDIDIK DAN MENGHIBUR

Yuhdyanto

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang

Email. yuhdyanto_anto@yahoo.com

Abstrak: Strategi komunikasi merupakan faktor utama dalam kesuksesan dan keberhasilan sebuah program acara yang mendidik dan menghibur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi, program acara bersifat mendidik dan menghibur serta mengetahui faktor-faktor penghambat program acara Gajayana TV dalam membuat program acara yang mendidik dan menghibur. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif. Informan dalam penelitian ini yaitu Direktur Stasiun dan Manager Program & Penyiaran PT. Gajayana Media Karya sebagai informan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara. Metode analisa data yang di gunakan yaitu metode deskriptif, dimana mendeskripsikan hasil data yang diperoleh. Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi komunikasi Gajayana TV membuat program acara yang mendidik dan menghibur adalah memperhatikan riset yang berfokus ke sekmentasi dengan tujuan akhir yaitu news dan dokumenter prawisata, sejarah dan budaya. Program acara Gajayana TV bersifat mendidik yaitu program acara dari segi rohani, maupun program acara yang memberi inspirasi masyarakat. Adapun program acara Gajayana TV yang bersifat menghibur yaitu program acara seperti Genting Raharjo Delon, Mutiara Hati, Manasik Umroh, 3J, Nada Indah Tempo Dulu dan Request Ker. Sedangkan Faktor-faktor penghambat program acara Gajayana TV yang bersifat mendidik dan menghibur yaitu masih kurangnya dana oprasional produksi dan program TV nasional yang semakin diminati masyarakat.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Gajayana TV, Program Acara Yang Mendidik Dan Menghibur.

Abstrac: The communications strategy was the main factor for successful program in educate and entertainment event .The event of this research is to know the communications strategy , program educate and entertaint and knowing an impediment to factors Gajayana tv program in making the educate and entertain programs. This is A qualitative research. The sample of the research using purposive sampling with the Gajayana Media Karya Company's Station Head and the Manager of the Program as an informant. Technical data which was done by a scientist an interview. A method of analysis of data is, used the method of descriptive set which describes the results obtained. The results of research suggests that the communications strategy Gajayana tv make the program an event that educate and entertaint is take notice the research which are focused onto segmentation with the ultimate goal that is news documentary and tourism , history and culture . The event tv program gajayana is educate namely the program the event of spiritual terms , or programs the event that inspired the community .The event tv program Gajayana that are entertaining namely the program of events such as Genting Raharjo Delon, Mutiara Hati, Manasik Umroh, 3J, Nada Indah Tempo Dulu and Request Ker. While an impediment to factors program Gajayana tv event that is educate and entertain that is still a lack of funds oprasional production and national tv program that becomes favorite one

Keyword: Communication Strategy, Gajayana TV, Educatian and Entertainment Program.

PENDAHULUAN

Sesuai perkembangan zaman, media massa mengalami kemajuan yang begitu cepat sehingga informasi dari penjuru dunia sangat mudah diketahui. Dalam dunia komunikasi, media televisi telah mengantarkan perkembangan pada perubahan peradaban yang cepat (Effendy, 2009:21). Televisi saat ini seakan-akan menjadi alat pemenuhan kebutuhan dan keinginan khalayak yang dapat memberikan

serta menciptakan budaya massa baru. Melihat hal tersebut peneliti memfokuskan untuk mengetahui strategi komunikasi pertelevisian, karena semakin baik strategi yang digunakan stasiun televisi maka televisi tersebut semakin menarik minat bagi perusahaan dalam mengiklankan produk-produknya dan berdampak pada peningkatan keuntungan yang didapatkan oleh pertelevisian sehingga mampu bertahan dalam persaingan.

Pada saat ini televisi merupakan media massa yang sangat dominan penggunaannya di kalangan masyarakat Indonesia. Sebagian besar penduduk di negara-negara berkembang mengenal dan memanfaatkan televisi sebagai sarana hiburan, informasi, edukasi, dan lain sebagainya. Televisi tidak membatasi diri hanya untuk konsumsi kalangan tertentu saja namun telah menjangkau konsumen dari semua kalangan masyarakat tak terkecuali remaja dan anak-anak (Kuswandi, 2009:53).

Program televisi yang menarik bisa meningkatkan efektifitas terhadap pengaruh pikiran, perasaan, emosi, dan karakter seseorang (Ruslan, 2010:78). Kehadiran televisi sesungguhnya memang mampu menayangkan tayangan-tayangan yang begitu menarik karena telah ditambahi dengan aksesoris-aksesoris, sehingga tanpa didasari masing-masing individu sangat mengagumi beberapa acara-acara yang ditayangkan di televisi dan mampu mengubah sikap individu tersebut secara perlahan-lahan (Mulyana, 2011:63). Tayangan-tayangan di televisi juga dapat menimbulkan dampak positif dan dampak negatif, begitu pula dengan adanya dampak positif yang dapat diambil, televisi juga mempunyai dampak negatif dalam kehidupan sehari-hari (Ardianto, 2010:131).

Di kota Malang stasiun televisi semakin banyak, adapun salah satu stasiun televisi yang unggul di kota Malang yaitu Gajayana Televisi (GTV) merupakan stasiun televisi lokal kota Malang yang berdiri di bawah naungan PT. Gajayana Media Karya, Ngalamers. GTV ini dibangun dengan tujuan untuk dijadikan perusahaan induk yang bergerak di bidang Penyelenggara Penyiaran Radio dan Televisi. Sesuai dengan perizinannya, media Gajayana Televisi (GTV) memiliki tema "hiburan yang mendidik dan pendidikan yang menghibur".

Sesuai dengan tema Gajayana Televisi (GTV) yaitu hiburan yang mendidik dan pendidikan yang menghibur, maka program acara televisi yang mendidik sangat perlu disiarkan untuk mendidik anak bangsa semakin memiliki bobot etika pengetahuan yang bagus. Dengan semakin maraknya stasiun televisi di Kota Malang memberikan persaingan yang begitu ketat sehingga banyak stasiun televisi yang tidak bertahan lama, dikarenakan oleh persoalan ekonomi. Sama halnya dengan stasiun Gajayana Televisi (GTV) pada tahun 2005 sampai 2011 pernah mengalami stagnansi dalam perilkannya. Adapun secara perlahan pada tahun 2012 Gajayana Televisi (GTV) kembali dengan strategi komunikasi pemasaran yang menarik pengiklan komersial sehingga Gajayana Televisi (GTV) bertahan sampai sekarang. Sedangkan permasalahan Gajayana Televisi (GTV) pada saat ini adalah jangkauan siaran yang terbatas hanya di daerah kota Malang saja dan program yang ditayangkan tidak terlalu menarik.

Sedangkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Gajayana TV dalam membuat program acara yang mendidik dan menghibur, untuk mengetahui program acara Gajayana TV bersifat mendidik dan menghibur dan untuk mengetahui faktor-faktor penghambat program acara Gajayana Televisi (GTV) yang bersifat mendidik dan menghibur.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif. Sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan Direktur Stasiun dan Manager Program & Penyiaran PT. Gajayana Media Karya sebagai informan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara. Metode analisa data yang digunakan yaitu metode deskriptif, dimana mendeskripsikan hasil data yang diperoleh.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Gajayana TV Dalam Membuat Program Acara Yang Mendidik Dan Menghibur

Strategi komunikasi sebagai panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan (Pradoto, 2010:86). Untuk mencapai tujuan Gajayana TV strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara paktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Adapun strategi komunikasi Gajayana TV membuat program acara yang mendidik dan menghibur adalah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat tentang minat masyarakat terhadap program Gajayana Televisi dan melakukan sosialisasi melalui pogram-program yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

Sedangkan strategi komunikasi diterapkan oleh Gajayana TV yaitu memperhatikan riset yang berfokus ke sekmentasi (lebih ke edukasi dan pariwisata budaya dengan tujuan akhir yaitu news dan dokumenter prawisata, sejarah dan budaya) yang tercipta sebuah program dan memahami kebutuhan masyarakat. Gajayana TV berfokus terhadap sekmentasi yaitu pendidikan, melalui pengukuran live telepon interaktif dari masyarakat maupun revisi program televisi dan membuat program televisi baru serta dengan mempertahankan sosialisasi yang sama dengan cara selalu bersosialisasi dengan masyarakat.

Strategi program Gajayana TV yang ditinjau dari dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program dan pengawasan dan evaluasi program.

Agar suatu strategi Gajayana TV dapat efektif dilaksanakan dalam sebuah program, maka harus mencakup beberapa hal seperti: objektif yang jelas dan menentukan semua ikhtiar diarahkan untuk mencapai pemahaman yang jelas, menentukan dan bisa mencapai keseluruhan tujuan. Tujuan tersebut tidak perlu dibuat secara tertulis namun yang penting bisa dipahami dan menentukan. Adapun dalam menunjang strategi Gajayana TV harus berinisiatif menjaga kebebasan bertindak dan memperkaya omitmen. Strategi mesti menentukan langkah dan menetapkan tindakan terhadap peristiwa, bukannya bereaksi terhadap satu peristiwa.

Program Acara Gajayana TV Bersifat Mendidik.

Televisi sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Adapun program acara Gajayana TV bersifat mendidik yaitu program acara yang memberikan wawasan kepada masyarakat baik dari segi rohani, maupun program acara yang memberi inspirasi kepada masyarakat seperti program anakku mengaji, animasi AMC, Kartun Islam, Sebaiknya Anda Tatu, Gajayana Pedia, Play Plus Indonesia, Setetes Harapan Kita dan Jendela Inspirasi Pendidikan. Sedangkan manfaat dan tujuan Gajayana TV memberikan program acara yang bersifat mendidik untuk mengedukasi, memberi ilmu melalui program yang disiarkan sehingga masyarakat berwawasan luas.

Adapun untuk meningkatkan program acara Gajayana TV yang mendidik harus sesuai dengan tujuan penyiaran di Indonesia, yaitu:

- ✓ Menumbuh-kembangkan mental masyarakat
- ✓ Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang MahaEsa.
- ✓ Memupuk rasa persatuan serta kesatuan untuk mengembangkan masyarakat yang adil dan makmur.

Proses membawa program acara yang bersifat mendidik harus berpedonan pada perilaku penyiaran harus sesuai panduan tentang batasan-batasan mengenai apa yang diperbolehkan dan/atau

tidak diperbolehkan berlangsung dalam proses pembuatan (produksi) program siaran, sedangkan Standar Program Siaran merupakan panduan tentang batasan apa yang diperbolehkan dan/atau yang tidak diperbolehkan ditayangkan dalam program siaran.

Program Acara Gajayana TV Bersifat Menghibur.

Televisi sebagai alat atau media massa yang bermanfaat guna informasi, hiburan dan sebagainya (Hidayah, 2011:34). Program acara Gajayana TV yang bersifat menghibur yaitu program acara seperti Genteng Raharjo Delon, Mutiara Hati, Manasik Umroh, 3J (Jalan Jalan Jajan), Nada Indah Tempo Dulu Dan Request Ker. Adapun tujuan dan manfaatnya adalah Untuk menemani waktu senjang masyarakat Malang Raya dan sebagian program sudah ditayangkan sesuai dengan situasi.

Sasuai dengan program acara Gajayana TV yang menghibur maka fungsi televisi sebagai berikut:

- ✓ Fungsi rekreatif, yaitu sebagai mdia yang memberikan hiburan yang bermanfaat kepada penonton/pemirsa.
- ✓ Fungsi edukatif ialah sebagai media yang memberikan pelajaran atau konfirmasi yang mendidik kepada pemirsa
- ✓ Fungsi informatif yaitu sebagai media yang dapat memberikan informasi tentang peristiwa yang terjadi di belahan lain di dunia ini.

D. Faktor-Faktor Penghambat Program Acara Gajayana TV Yang Bersifat Mendidik Dan Menghibur.

Faktor penghambat Gajayana TV dalam menerapkan strategi pembuatan acara yang mendidik dan menghibur yaitu masih kurangnya dana oprasional produksi dan program TV nasional yang semakin diminati masyarakat dan keterbatasan pemikiran konsep berkepanjangan. Adapun untuk mencegah faktor penghambat strategi acara Gajayana TV yang mendidik dan menghibur yaitu pihak Gajayana TV bekerja sama dengan beberapa pihak seperti PH, Produsen Hous, lembaga pendidikan dan amerika fondesion, dan berjaringan dengan tiga TV di jawa timur seperti Probolinggo TV, Jember 1 TV serta dengan cara memberikan program yang mendidik dan menghibur sesuai dengan ciri khas Kota Malang agar program acara yang disiarkan menarik minat masyarakat untuk menontonnya, sehingga minat produsen untuk melakukan kerja sama dengan Gajayana TV semakin banyak.

Program pemasaran meliputi tindakan tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi terhadap minat pengiklan komersial diantaranya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan merancang kampanye khusus, merancang promosi khusus dan lain sebagainya (Wahyudi, 2009:57). Dalam penerapan seringkali berbagai program pemasaran yang dilakukan Gajayana TV dipadukan atau dilaksanakan secara bersama sama, namun kadangkala ada juga situasi dimana manajer pemasaran harus memilih program pemasaran yang terbaik oleh karena keterbatasan anggaran, untuk mendapatkan pengiklan komersial pihak marketing Gajayana TV membuat Prosedur/aturan pemasangan iklan meliputi harga, spot iklan yang akan di dapatkan oleh pengiklan.

Proses meningkatkan strategi pembuatan program acara Gajayana TV harus sesuai dengan Undang-Undang Penyiaran nomor 24 tahun 1997, BAB II pasal 4, bahwa penyiaran bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan sikap mental masyarakat Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa, dan membangun masyarakat adil dan makmur. Sedangkan Undang-Undang Penyiaran nomor 24 tahun 1997, BAB II pasal 5 berbunyi “Penyiaran mempunyai fungsi sebagai media informasi dan penerangan, pendidikan dan hiburan, yang memperkuat ideology, politik, ekonomi, sosial budaya serta pertahanan dan keamanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi komunikasi Gajayana TV membuat program acara yang mendidik dan menghibur adalah memperhatikan riset yang berfokus ke sekmentasi (lebih ke edukasi dan pariwisata budaya dengan tujuan akhir yaitu news dan dokumenter prawisata, sejarah dan budaya) yang tercipta sebuah program dan memahami kebutuhan masyarakat. Pengukuran strategi yang digunakan Gajayana TV yaitu melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat tentang minat masyarakat terhadap program Gajayana Televisi dan melakukan sosialisasi melalui pogram-program yang berhubungan langsung dengan masyarakat.
2. Program acara Gajayana TV bersifat mendidik yaitu program acara yang memberikan wawasan kepada masyarakat baik dari segi rohani, maupun program acara yang memberi inspirasi kepada masyarakat seperti program anakku mengaji, animasi AMC, Kartun Islam, Sebaiknya Anda Tatu, Gajayana Pedia, Play Plus Indonesia, Setetes Harapan Kita dan Jendela Inspirasi Pendidikan. Sedangkan manfaat dan tujuan Gajayana TV memberikan program acara yang bersifat mendidik untuk mengedukasi, memberi ilmu melalui program yang disiarkan sehingga masyarakat berwawasan luas.
3. Program acara Gajayana TV yang bersifat menghibur yaitu program acara seperti Genting Raharjo Delon, Mutiara Hati, Manasik Umroh, 3J (Jalan Jalan Jajan), Nada Indah Tempo Dulu Dan Reguest Ker. Adapun tujuan dan manfaatnya adalah Untuk menemani waktu senjang masyarakat Malang Raya dan sebagian program sudah ditayangkan sesuai dengan situasi.
4. Faktor-faktor penghambat program acara Gajayana TV yang bersifat mendidik dan menghibur yaitu masih kurangnya dana oprasional produksi dan program TV nasional yang semakin diminati masyarakat dan keterbatasan pemikiran konsep berkepanjangan. Adapun untuk mencegah faktor penghambat strategi acara Gajayana TV yang mendidik dan menghibur pihak Gajayana TV bekerja sama dengan beberapa pihak seperti PH, Produsen Hous, lembaga pendidikan dan amerika fondesion, dan berjaringan dengan tiga TV di jawa timur serta dengan cara memberikan program sesuai dengan ciri khas Kota Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *komunikasi Massa Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Teori dan Praktik Ilma Komunikasi*. Bandung: Resdakaya.
- Hidayah. 2011. *Strategi Komunikasi Ruai TV Dalam Menentukan Program Acara Yang Mendidik dan Menghibur*. Skripsi: Universitas Tanjungpura Pontianak
- Kuswandi, Wawan. 2009. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pradoto. 2010. *Strategi komunikasi promosi acara televisi dalam acara yang mendidik di RCTI*. Skripsi: Universitas Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relatoins & Media. Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Wahyudi. 2009. *Akuntabilitas Birokrasi Publik Sketsa Pada Masa Transisi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.