

STRATEGI KOMUNIKASI DAN ALUR PRODUKSI DALAM PEMOGRAMAN ACARA TVRI MEDAN DI MASA GENERAL MILENIAL

¹Hotmatua Peralihan, ²Desi Wulandari, ³Ghefira Nur Azzahra, ³Muhammad Aidil Azhar, ⁴Rifky Rinanda Lubis, ⁵Putri Maharani Yuniza, ⁶Surya Alfi Rozi

¹Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
e-mail : hotmatuaperalihan@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Salah satu lembaga penyiaran publik (LPP) adalah TVRI Medan, TVRI Medan memiliki sebuah program yang berjudul generasi milenial. Didalam program tersebut bertujuan untuk mengajak anak-anak zaman sekarang yang dimana mereka memiliki prestasi untuk percaya diri dalam mengenalkan diri sendiri yang pasti tidak jauh dari prestasi yang mereka miliki tentunya. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui susunan program apa saja yang ada didalam TVRI Medan dan juga menggali tentang strategi komunikasi yang benar-benar pantas dalam mempertahankan program generasi milenial itu sendiri dalam kehidupan anak muda maupun masyarakat dilingkungan itu sendiri. Kemudian dalam alur produksi program yang berada diacara TVRI Medan ini yang merupakan stasiun tv terkenal di Sumatera Utara sangat memiliki peran yang begitu penting dalam mengambil, menyimpulkan dan juga menyampaikan sebuah informasi dengan akurat tidak hanya informasi, namun ada juga hiburan, edukasi yang sangat diminatin masyarakat. Dalam hal nya tidak hanya itu saja namun ada alur yang berkaitan dengan produksi program didalamnya, TVRI tentu mengkaitkan dengan sebuah prosedur yang sudah terstruktur dan juga terorganisasi didalamnya. Dalam alur juga ada sebuah produksi dimana bidangnya dimulai dari rencana rencana yang sudah ditetapkan, seperti didalamnya ada pengembangan pada sebuah konsep, pengumpulan semua materi, penulisan naskah, dan lain sebagainya.

Keywords: TVRI Medan, Strategi Komunikasi, Produksi, Program, Acara, Alur.

1. PENDAHULUAN

Televisi yang bersifat inovasi dengan adanya sebuah konsep diterapkan tentu sangat berbeda dengan media media massa yang memiliki jenis tersendiri. Inovasi tersebut tentu dibuat oleh pusat acara televisi dengan mengkonsepkan pada suatu jenis yang terhubung dengan program apa saja didalamnya yang meliputi program kuis,

musik, gelar wicara (talk show) dan lain sebagainya. Didalam halnya inovasi hanya dilaksanakan oleh pekerja industri media massa pada suatu program yang terkait. Dimasa sekarang tentu yang menjadi tokoh utama nya anak muda yang memiliki sebutan generasi milenial.

Generasi milenial merupakan sebuah istilah yang berasal dari waktu ke waktu yang terjadi pada tahun 1980-2000. Generasi ini juga memiliki istilah nama lain yaitu Gen-y, Generation WE, Boomerang Generation, dan lain sebagainya. Tidak hanya itu saja mereka menyebut bahwa generasi ini adalah generasi yang memiliki hidup senada milenium. Secara keseluruhan teknologi tentu mulai memasuki lingkungan masyarakat.

Oleh karena itu lah kebanyakan televisi sudah dijadikan sebagai media yang sangat diminatin oleh generasi milenial semua dilakukan untuk membentuk kembali tontonan televisi yang menciptakan suatu perkembangan yang terjadi dimasa sekarang. Televisi swasta memiliki tujuan yaitu menarik semua perhatian dikalangan generasi milenial maupun masyarakat ini yang dibantu oleh televisi nasional TVRI yang ikut adil dalam mendorong dan juga mencuri perhatian mereka dalam menonton acara televisi tersebut.

Dari beberapa pendapat yang sudah dikutip tidak heran bahwa pernyataan dari direktur pogram dan berita TVRI tersebut, adalah hal yang lumrah lagi jika TVRI Medan membuat program untuk memancing anak muda. Kemudian dengan terbentuk program distasiun televisi ini maka akan timbul juga sebuah promosi dari program yang telah dibuat. Promosi program sendiri dapat dibuat seolah olah menarik penonton untuk melihat acara yang diselenggarakan. Dengan itu TVRI Medan yang menggunakan strategi mereka sendiri dalam mempertahankan dan mengenalkan program “Generasi Milenial”.

Televisi nasional Indonesia TVRI didirikan tanggal 24 Agustus 1962 memiliki peran menyampaikan informasi yang menghibur bagi rakyat Indonesia yang tidak lari dari konteks budaya ciri khas Indonesia

karena TVRI sudah memiliki program melestarikan kebudayaan dengan menampilkan siaran yang dasarnya dari budaya Indonesia. Televisi Republik Indonesia juga bertanggung jawab menggalang persatuan dan kesatuan yang membangkitkan semangat Bhinneka Tunggal Ika melalui programnya, yang terstruktur dan sistematis.

Tentunya program acara TVRI juga telah melalui proses yang matang dan tahapannya sudah di rencanakan dari pembuatan teks sampai siap disajikan untuk di lihat masyarakat. Maka dari itu setiap bagian dan komisi penyiaran di TVRI memiliki tanggung jawab yang sangat penting demi berhasilnya program yang harus di sukai dan digemari masyarakat yang menontonnya. Program unggulan nya seperti kuis, dan acara langsung yang melibatkan warga, maka TVRI wajib mendengarkan saran masukan masyarakat agar programnya terus di gemari dan bisa diterima khalayak ramai.

2. METODE PENELITIAN

Pada suatu penelitian tentunya memiliki sebuah metode sebelum memulai ketahap hasil pembahasan, metode penelitian ini sangat berguna dalam meninjau lokasi dan juga melaksanakan sebuah wawancara apabila berada dilokasi lapangan. Pada penelitian ini banyak berkaitan dari segi pengumpulan data informasi yang berlangsung pada lokasi maupun tempat yang menjadi satu satunya dalam memfokuskan diri pada suatu penelitian. Kemudian, ada teknik menyempurnakan data-data yang diperoleh dalam penelitian juga mengumpulkan data dari berbagai sumber yang akurat, termasuk literatur, laporan yang didapat pada laporan, dan juga data sekunder yang sudah mencakup semua data yang berhubungan dengan judul strategi komunikasi

dan juga alur produksi dalam pemrograman acara TVRI Medan dimasa generasi milenial.

3. KERANGKA TEORI

Generasi Millennial merupakan generasi yang berani berwirausaha dan berani bertindak menghadapi tantangan menggunakan peluang untuk pengembangan diri. Bukan hanya itu saja kaum milenial juga mudah berubah, mudah terpengaruh, dan bisa merugikan diri sendiri jika mereka tidak berhati-hati dengan sikap dan perilaku mereka. Kelompok usia ini memasuki usia dewasa awal dan mereka mempunyai tanggung jawab penuh ketika sudah dewasa dan mereka terkadang belum pandai mengatur keuangannya. Mereka tidak menyadari bahwa kemampuan manusia dibatasi oleh usia dan kekuatan fisik serta kemampuannya sendiri sehingga mudah menghabiskan uang mereka untuk kesenangan pribadi.

Di Indonesia, pengertian dari lembaga penyiaran publik identik dengan stasiun TVRI dan RRI. Bisa dilihat melalui UU Penyiaran, penyiaran publik terdiri dari RRI dan TVRI yang pusat penyarannya berlokasi di Jakarta. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran memiliki beberapa tujuan, salah satu tujuannya adalah untuk mengubah sistem penyiaran televisi yang dinilai belum memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, TVRI diatur sebagai televisi publik yang bertujuan agar dapat disaksikan secara nasional, sedangkan televisi komersial swasta hanya diperbolehkan diproduksi secara terbatas dan hanya melalui jaringan itu saja.

Televisi publik pada hakikatnya adalah televisi yang berproses pada kepentingan masyarakat untuk mewujudkan hak atas informasi (right to know) dan hak untuk berekspresi (right to Expression). Oleh karena itu kedua hak nasional inilah yang menjadi

dasar proses pembentukan opini masyarakat (public opinion) terhadap urusan-urusan publik (public Affairs), berdasarkan Kebijakan Publik (public policy). Keberadaan TVRI sebagai satu-satunya lembaga yang mempunyai kewenangan tersebut tampaknya didasari oleh strategi kelembagaan yang tidak jelas. Lebih lanjut, menggambarkan urgensi media publik berarti menjunjung tinggi nilai-nilai yang banyak ditinggalkan oleh media komersial, seperti independensi, solidaritas, keberagaman (pendapat dan akses), objektivitas, dan kualitas informasi. Secara filosofis, urgensi keberadaan media penyiaran publik, dari sudut pandang warga suatu negara, berbeda dengan kehidupan publik yang hanya berada dalam dua bidang, yaitu bidang kekuasaan dan bidang pasar.

Di bidang infrastruktur, TVRI memiliki 390 gardu induk dengan potensi talenta dengan jumlah pegawai 6.800.000 orang. Untuk meningkatkan pangsa pasarnya, TVRI perlu meningkatkan kualitas program (siaran), dan untuk meningkatkan kualitas siarannya, TVRI membutuhkan dana yang besar (tambahan modal). TVRI merupakan layanan informasi publik yang komprehensif. Berbeda dengan televisi komersial, yang terlalu menekankan pada penayangan program. Keunggulan TVRI dalam hal cakupan siaran memungkinkannya menciptakan penontonnya sendiri secara efektif tanpa hanya mengandalkan dari hasil penayangan program, namun validitasnya masih dipertanyakan. TVRI pusat dan daerah menjadi jaringan nasional. Namun, ini hanyalah jaringan siaran. Saat menggunakan untuk program informasi, sistem jaringan transmisi sangatlah penting.

Dari segi hiburan, sistem ini tidak terlalu penting. Oleh karena itu, efektivitas sistem jaringan transmisi yang sebenarnya harus dipertimbangkan lebih hati-hati. TVRI

telah menggoyahkan aturan main sejak awal berdirinya. Sebagai bagian dari ambisi politik dan kebijakan menyeluruh Presiden Soekarno, pertimbangan mendasar yang lebih bersifat politis dan struktur ekonomi sama sekali diabaikan. Berbagai upaya dilakukan secara internal untuk mempertahankan TVRI. Salah satunya dengan meluncurkan beberapa program baru di bawah kepemimpinan Hari Sulistiyo ketika TVRI masih kecil. Dengan begitu, minat masyarakat terhadap program TVRI akan meningkat dan para pengusaha pun bisa tertarik untuk mempromosikan produknya di TVRI.

Secara formal dan hukum, Putusan perubahan status TVRI tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku sejak UU Penyiaran Nomor .32/2002 sendiri memberikan masa transisi selama tiga tahun sebelum TVRI beralih ke televisi publik. Di satu sisi TVRI menghadapi kendala yang mendesak, terutama masalah finansial, namun di sisi lain TVRI bertugas menyiarkan televisi publik. Mengelola TVRI sebagai sarana komersial yang buruk justru akan merugikan pihak TVRI itu sendiri.

Masalah infrastruktur televisi berdampak pada sistem radio dan televisi yang didukung oleh sistem produksi. Sistem transmisi dan produksi tidak dapat dipisahkan, dan ini tidak pernah dikembangkan selama TVRI beroperasi. Kebijakan TVRI membuat industri pertelevisian tidak mungkin tumbuh di masyarakat. Tantangan bagi TVRI semakin besar karena harus bersaing dengan televisi komersial milik negara dan TV asing dalam memperebutkan perhatian pemirsa. Selain itu, TVRI juga dibebani gambar yang dilampirkan dengan kurang baik. Dalam persaingan dengan televisi komersial, TVRI perlu menempatkan diri secara lebih strategis. Hal ini berarti tidak

menyimpang dari keputusan mendadak yang dipengaruhi oleh 25 tren program media yang bersaing. Demi kemajuan TVRI, sudah saatnya lembaga penyiaran ini menjadi perusahaan nasional. Jadi bukan persoalan promosi atau tidak promosi. Yang terpenting adalah prinsip tanggung jawab yang harus dijunjung tinggi. Selain itu, TVRI bisa fokus pada program acara dan tentu saja produk acara berita.

Dengan merampingkan organisasi penyiaran dan mendiversifikasi sumber pendanaan, produk berita tersebut diharapkan bisa menjadi berita yang ideal. Orang-orang di TVRI tentunya lebih tahu dan punya pendapat lebih banyak mengenai hal ini. Ketika ekspektasi pemirsa sederhana, yaitu ketika pemirsa menyalakan televisi, maka pola motivasi atau perolehan informasi faktual sudah ada. Kehadiran iklan televisi seolah menjadi sparring partner yang memacu kreativitas di lingkungan TVRI. Namun, jika setiap orang menggunakan format yang berbeda, kontes ini tidak terlalu diperlukan. Isi suatu program televisi dapat diimplementasikan dalam berbagai program. TVRI tampaknya tidak menggunakan materi faktual sebagai tayangan utamanya. Produk immaterial yang disajikan secara menarik biasanya berasal dari luar negeri. Sebagian besar materi juga bukan milik TVRI. Beban kerja TVRI dalam memproduksi sendiri materi siaran, termasuk materi fiksi, tentu saja membuat organisasi dan pengeluaran media menjadi sangat besar. Akan tetapi hasil yang didapatkan juga sesuai dengan usaha yang dilakukan TVRI untuk terus maju. Selain itu, TVRI dapat fokus pada program siaran dan tentunya produk berita mereka yang terus berkembang hingga saat ini.

4. PEMBAHASAN

TVRI Sumatera Utara yang berada di Medan tepatnya di Jln Putri Hijau merupakan suatu lembaga yang bertugas sebagai penyiaran publik. Didalam acara pertelevisian ini mempunyai beraneka ragam pemrograman siaran yang meliputi program berita dan juga hiburan. Kemudian terkait dengan aspek penting tentu memperoleh apa yang dilakukan dalam strategi komunikasi yang terjadi dengan tujuan itu sendiri.

Dalam menyampaikan sebuah informasi juga dari pelantaraan komunikator yang diterima oleh komunikan. Selanjutnya TVRI sendiri memiliki lembaga maupun organisasi, strategi ini dibuat untuk siapa saja yang membutuhkan. Pada suatu hal TVRI ini tidak lepas dari penggunaan strategi didalamnya untuk mengenalkan dan juga mempromosikan berbagai bentuk pemrograman siaran yang terkait dengan media yang ada yang meliputi suatu pemrograman yang diperkenalkan langsung kepada orang-orang sekitar dan juga dikalangan generasi milenial.

Program ini berfokus pada peningkatan kinerja generasi muda di Sumut dan bertujuan untuk memotivasi mereka agar lebih berprestasi dan mewujudkan impiannya. Tentunya untuk menarik perhatian generasi muda Sumut untuk memperkenalkan program ini, TVRI Medan perlu memiliki rencana strategis untuk tujuan yang sesuai ketika menjelaskan mengenai pemasaran komunikasi, TVRI Medan mempunyai berbagai cara yang digunakan dalam ketika akan mempromosikan programnya. Bisa kita ambil contoh aplikasi Media Sosial (Medsos) zaman sekarang seperti X, Instagram, Tiktok, Facebook, dan YouTube. Untuk menambah keinginan penonton ketika menyaksikan siaran, Studio TVRI perlu melayani anak-anak muda zaman milenial yang

mau dan ikut berpartisipasi di dunia penyiaran publik. Selain itu TVRI Medan tentunya harus membuat acara yang dimana masyarakat bisa untuk membuat dan memproduksi sebuah program. Misalnya, TVRI bisa membuat konten dan bekerja sama dengan Content Kreator lain, seperti seorang artis dan masyarakat terpendang lainnya dalam menyampaikan program.

TVRI Medan juga mempunyai berbagai cara yang dapat digunakan untuk memenuhi dan menuntaskan tujuannya sehingga dapat mencapai visi dan misinya. Hal ini dilakukan karena itu merupakan cara untuk menghasilkan tujuan, manfaat, keuntungan, maupun resiko lainnya yang sudah ditentukan oleh kru yang menganalisis situasi dan hasil penelitian yang dimuat didalamnya. Analisis dilakukan terhadap suatu kejadian tertentu dan sumber daya harus disediakan karena hal itu dibutuhkan untuk melaksanakan kejadian tersebut. Pakar komunikasi Onon Uchana Effendi berkata rancangan pada umumnya adalah struktur dan pengelolaan untuk mendapatkan tujuan dalam rencana itu. Perencanaan itu harus mampu memberikan masukan bagi taktik operasional,¹ bukan hanya sekedar peta jalan yang memberikan arahan. Humas mempunyai peran yang strategis karena hal itu adalah salah satu kunci dasar dalam struktur korporat TVRI Medan meski berada di bawah naungan pemerintah.

TVRI Medan memerlukan inisiatif kehumasan yang misinya merangsang minat khalayak dan menaikkan peluang dan minat untuk kerjasama dengan instansi lain guna membuat kenaikan untuk kualitas dan keberhasilan TVRI dalam penyedia tontonan

¹ Onong Uchjana Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan praktek, (Jakarta: Erlangga, 2015), h 32

masyarakat umum. Adanya persaingan media televisi memerlukan optimalisasi dan pengembangan lebih lanjut. Peran humas sebagai pemberi citra yang baik bagi masyarakat dan dalam menarik mitra strategis. Dengan pesatnya pertumbuhan saluran TV swasta di Indonesia, TVRI semakin terpuruk dan mulai ditinggalkan oleh masyarakat umum, sehingga generasi muda yang kini biasa disebut dengan generasi milenial masih belum menyadari keberadaannya. Dalam hal ini, strategi Public Relation diterapkan untuk menyederhanakan dan mempercepat hasil untuk mencapai tujuan dari komunikasi budaya di lingkungan TVRI khususnya Sumatera Utara.²

Ketika memperkenalkan program dan acara di TVRI Medan kepada kaum muda di zaman milenial sekarang, insan TVRI harus siap dan siap menyusun berbagai strategi untuk meningkatkan minat menonton Milenial. Sebagai pegawai, perlu dijelaskan bahwa TVRI perlu melakukan berbagai langkah untuk mengikuti perkembangan zaman agar pemirsa tidak kecewa. Mereka bekerja sama dengan humas untuk setiap tayangannya, sehingga tayangan tersebut selalu dipromosikan dengan sangat menarik, dan mereka banyak menggunakan aplikasi editing yang kini banyak digunakan ketika viral.

Selain itu, berbagai strategi dilakukan oleh bagian Humas Lingkungan TVRI Medan untuk menarik minat generasi muda menonton acara TV di TVRI, seperti membuat program hiburan seperti live music dan podcast dengan penampilan bintang tamu dari berbagai remaja. Atau kaum milenial itu sendiri. Program-

program TVRI Medan tidak hanya ditujukan untuk memikat kaum milenial dan generasi muda. Juga dilakukan melalui penyiaran berbagai acara seperti acara olahraga, acara keagamaan, acara sosial budaya, dan masih banyak acara lainnya yang dapat digunakan untuk memajukan institusi TVRI Medan.³

Kata yang di sebut strategi berasal dari bahasa Yunani klasik atau bisa di bilang "Stratos" yang dapat di artikan sebagai tentara dan ada juga seperti "Agein" yang dapat diartikan sebagai pemimpin. Jadi strategi, yang dimaksud itu adalah manajemen suatu tim. Selanjutnya muncul suatu kata strategos yang berarti pemimpin suatu tim tingkat yang tinggi. Adapun bahasa tersendiri dari Karl Von Clausewitz dalam Hafied Cangara: "Strategi adalah konsep militer yang dapat atau bisa di artikan sebagai suatu seni para jenderal ataupun rencana terbaik mereka dalam menggunakan taktik untuk memenangkan peperangan."⁴

Dalam menerapkan strategi tentu menghasilkan suatu susunan yang hanya bisa diperkenalkan oleh seorang ahli yang mahir saja. Oleh sebab itu ahli dalam mengatur strategi selain yang memiliki latar belakang militer saja akan tetapi bisa juga berasal dari profesi lainnya misalnya seperti yang kita ketahui ahli Henry Kissinger dimana beliau memiliki sebuah latar kehidupan sebagai sejarah, dan juga Thomas Sehellinh mempunyai latar kehidupan sebagai ekonomi kemudia Albert Wohlstee mempunyai latar sebagai matematika. Akan tetapi cara menanggapi isu-isu komunikasi seperti ini para perencana menghadapi sejumlah isu yang

² Hariani, Formulasi Strategi Public Relations dan Kehumasan Dalam Meningkatkan Citra TVRI Sebagai Televisi Pendidikan Indonesia, (Raya Kampung Gebong: Universita Indraprasta PGRI) vol 2, no 1

³ Menanti Fajar Rizki, Peranan Publik Relation Dalam Rebranding TVRI Untuk Membentuk New Image, (Jakarta: UNJ 2019), Vol 8, no 2

⁴ Hafied Cangara. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. (Jakarta : Rajawali Pers, 2014) hal 64

sangat populer khususnya mengenai strategi-strategi seperti menggunakan sumber daya komunikasi yang tercantum hanya sebagai pencapaian tujuan yang sangat diinginkan.

Memilih perencanaan strategi yang tepat adalah susunan langkah krusial dimana halnya membutuhkan manajemen perencanaan komunikasi yang tepat dan cermat, mengapa begitu, dikarenakan pemilihan strategi inilah menjadi salah atau bisa saja diartikan dalam kesalahan fatal dari sebuah hasil yang diraih bisa menjadi hal tidak baik. Seperti antara lain hilangnya waktu, materi, maupun tenaga. Dalam halnya disebabkan dari strategi dimana terdapat rahasia yang sangat di jaga dan disimpan maupun dirahasiakan dari para perencanaan.

Strategi komunikasi yang bertujuan untuk dapat mengubah perilaku komunikator seringkali menggunakan suatu komunikasi yang tatap muka. Dengan melihat dirinya sendiri, komunikator saat berkomunikasi dapat mengetahui apakah ia dapat memperhatikan dan memahami isi pesan yang benar-benar dikomunikasikan. Dengan seperti itu, komunikator dapat secepatnya mengetahui suatu efek atau cara komunikasinya pada saat itu. Dalam hal menyusun strategi suatu komunikasi tersebut, perlu adanya suatu komponen-komponen yang harus di perhatikan melalui komunikasi serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dari masing-masing suatu komponen tersebut, adapun contohnya seperti, Adanya khalayak sasaran komunikasi (komunikan) komunikasi, Pesan komunikasi, Media komunikasi, Komunikator komunikasi, maupun Efek komunikasi.⁵

⁵ Onong Uchjana Effendy. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2019) hal 32

Berikut lah strategi komunikasi tersebut, dari hal tersebut dapat dilihat sebagai ilmu yang bisa mampu memenuhi aspek aksiologis. Selain itu, lahirlah suatu strategi komunikasi dengan rangkaian-rangkaian kajian ilmu komunikasi yang dapat mendukungnya dan ilmu-ilmu sosial, informasi, teknologi, seni, politik, sehingga semua ilmu tersebut mampu atau dapat memecahkan persoalan-persoalan suatu kehidupan di dalam hidup manusia. Sifat strategi komunikasi adalah suatu rencana komunikasi di dalamnya. Tentunya pada saat merencanakan akan melihat sumber pesan, pesan, proses penanganan, dan bagaimana suatu pesan itu digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Jadi, berbicara tentang suatu hakikat strategi komunikasi juga ada keberadaannya sangat melekat stau terintegrasi dengan berbagai jenis-jenis perencanaan komunikasi.⁶

Strategi komunikasi Redaksi Program di TVRI medan yaitu Siaran berita yang bisa dibuat oleh seorang reporter atau redaksi, memerlukan strategi yang baik mengingat banyaknya saluran tv pesaing TVRI pada saat ini di Indonesia. Strategi yang bisa dilakukan adalah trik dengan sifat mendasar dan fundamental yang di pakai organisasi untuk mencapai tujuan yang berbeda beda, mengingat situasi dan keadaan lingkungan yang akan terkena.⁷ Ada empat kebijakan dan strategi yang dapat dipilih oleh TVRI Medan untuk memenuhi kriteria utama yang harus dipenuhi, ialah:

⁶ Edi Suryadi. Strategi Komunikasi; Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2021)

⁷ Sondang P. Siagian, Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Komunikasi, PT. Gunung Agung, Jakarta, 1986, hal 16

1. Suatu kebijakan atau strategi sebagai keputusan jangka panjang hendaknya bisa memuat penjelasan singkat setiap komponennya. Dalam arti tertentu, kebijakan atau strategi organisasi yang bersangkutan kejelasan yang terlihat mengenai ruang lingkup, stiker daya dan penggunaan sumber daya keuntungan, bagaimana manfaat tersebut timbul dan sinergi dari komponen-komponen tersebut.
2. Sebagai keputusan alamiah yang bersifat jangka panjang, kebijakan atau strategi harus memberikan pedoman bagi pelaksanaan kebijakan atau strategi tersebut yang Perkumpulan yang bergerak cepat maupun efisien dalam mencapai yang diinginkan serta objek yang telah dituju pada organisasi.
3. Kebijakan atau susunan perkumpulan orang-orang yang memiliki suatu makna fungsional makna ini begitu mudah dipahami dengan tingkatan kerja strategis yang melaksanakan fungsi dasar terpenting melewati proses kerja yang cukup jelas, sedenikian rupa menjadi suatu memungkinkan akibat tumpukan yang menumpuk, pengabaian kewajiban dan menyiapkan kesempatan bisa dihindari.
4. Dalam suatu proses kebijakan dan juga strategi wajib spesifik dan pasti, namun tidak sedemikian ungkapan umum ini tentu dapat ditafsirkan oleh penafsiran yang bentuknya berbeda-beda bervariasi menurut selera dan penafsiran individu.⁸

Program diambil dari Bahasa Inggris yaitu Programme atau Program yang dapat diartikan sebagai acara atau suatu rencana. Dalam undang-undang penyiaran Indonesia, kata 'Acara' tidaklah digunakan untuk rencana,

⁸ Ibid, hal 23

melainkan menggunakan kata 'Penyiaran' sebagai bentuk isi dari macam-macam layanan. Acara merupakan hal yang penting secara keseluruhan dalam berjalannya rencana yang setiap susunannya ditayangkan oleh pihak penyiaran program sesuai kemauan para pendengarnya. Biasanya, acara yang sudah ditayangkan membuat para pendengar takjub, dan terpukau sampai membuat pendengar juga menyaksikan acara yang ditayangkan tersebut. Ada beberapa hal penting dalam memilih acara untuk disiarkan dengan baik dan jelas yang kemungkinan akan mendapat penonton yang lebih besar, sementara itu acara yang memiliki rating buruk kehilangan penggemar ataupun pendengarnya. Setiap acara televisi, pastinya mengusahakan agar acara mereka berjalan dengan semestinya seperti apa yang sudah direncanakan serta banyaknya peminat. Dan TVRI Medan berusaha untuk mencapai semuanya dan menjadi Media Pemersatu Bangsa di Indonesia.⁹

Dapat dianalisis hasilnya bahwa dua program acara TVRI Medan yaitu program berita dan talkshow, mempunyai perbedaan dari hal pra produksi, produksi serta pasca produksi. Acara berita Indonesia di TVRI sebagai berikut:

1. Dimana hal ini membicarakan tentang bagaimana pembentukan rencana yang sudah ada disuatu berita tentu dapat merujuk salah satu kode etik jurnalistik, disaat terjadinya kendala melalui peliputan/pencarian ini berlangsung, diharuskan kita mengetahui atau meliput.
2. Hal ini menjelaskan tentang pembentukan dalam mencari berita di

⁹ Mutia, Anggia, dkk. jurnal proses kegiatan jurnalistik berita "Indonesia Hari Ini" diakses pada 26 Mei 2023. pkl 21.35

Indonesia pada hari ini yang mulai yang pertama terjadi melalui peliputan, dimana hasilnya nanti dikirimkan ke News room digabungkan dengan Rundown yang sudah ada. Setelah itu dilakukannya rapat redaksi, kru akan bertugas dihari itu menyusun rencana tempat peliputan dan turut andil dalam pengecekan informasi data dari sumber yang diambil untuk memastikan keakuratannya.

3. Hal ini menjelaskan proses pengolahan berita Indonesia Hari Ini Membentuk naskah tentu ingin menghasilkan pembentukan dubber (voice over) kemudian, kru yang bertugas menyerahkan naskah ke pengemas berita.
4. Ini menjelaskan suatu pembentukan dalam menyajikan berita indonesia hari ini mempersiapkan seseorang yang pandai dalam membawa berita tentu berpengalaman dalam membaca maupun menyampaikan berita. Kemudian, produser wajib mengecek ulang setiap item yang nantinya ditampilkan sesuai dengan nilai jurnalistik yang sudah ada. Siaran langsung ditampilkan pukul 18.00-20.00 berdurasi 2 jam. Yang sesuai dengan usia produktif.¹⁰

Hasil Wawancara TVRI Medan :

- a) Dalam konteks proses produksi, apakah ada pendekatan khusus yang dilakukan untuk memastikan kualitas visual dan audio program-program di TVRI sesuai dengan selera kalangan muda/milenial ?

Jawaban pertanyaan hasil wawancara

Dalam proses produksi program disini yang kita tujukan untuk kalangan muda atau milenial yang disebutkan tadi ada beberapa pendekatan yang diterapkan dalam memproduksi program termasuk penggunaan desain grafis yang kita buat semenarik mungkin dan kontemporer untuk bisa menarik perhatian, nah penggunaan musik atau suara itu juga perlu di sesuaikan dengan target yang kita buat, dan format yang dinamis untuk bisa menarik perhatian audiens milenial yang cenderung mengonsumsi konten dengan cepat, selain itu, partisipasi kita dan interaksi melalui platform media sosial juga dapat menjadi bagian yang penting dari strategi untuk mencapai keterlibatan kalangan milenial. Jadi dengan menggabungkan elemen-elemen tadi produsen program dapat membuat konten yang sesuai dengan preferensi dan harapan kalangan muda.

- b) Bagaimana strategi komunikasi TVRI berfokus pada penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan dan interaksi dengan penonton milenial/muda?

Jawaban pertanyaan hasil wawancara

Nah jadi strategi yang bisa kami lakukan yaitu dengan meningkatkan kehadiran aktif diberbagai platform media sosial, Instagram, Youtube seperti itu. Membuat konten yang relevan, menarik, seperti Behind-The-Scenes, video singkat, konten interaktif dengan itu kita dapat meningkatkan penonton bisa juga dengan memberikan informasi terkini dan diskusi daring melalui live streaming seperti itu.

- c) Di dalam pemrograman pasti memiliki teknik-teknik di dalamnya, pertanyaannya apa yang sering digunakan dalam pemrograman pada acara Televisi?

Jawaban pertanyaan hasil wawancara

¹⁰ Morrison.1996. Manajemen Media Penyiaran: strategi pengelolaan radio dan televisi, Jakarta:Kencana

Teknik dalam pemrograman itu bisa berbentuk naskah atau alur script yang menentukan editan, gambar, dan sebagainya, jadi seperti ini misal kita punya banyak naskah karena kita yang punya naskah itu kita juga kameramen, editor kita harus tau apa yang harus kita lakukan. Contoh kita mau membahas seputar gunung Sibayak kan tidak mungkin kameramennya mengambil foto atau angle pantai atau editornya memasukkan sunset-sunset di pantai, pastinya seputar gunung Sibayak. Menurut saya tadi teknik pemrograman itu naskah sebenarnya tidak ada teknik dalam pemrograman yang ada teknik dalam mengambil kamera, soundnya, itu tekniknya, kalau pemrograman tidak ada teknik ya paling kita menyiapkan yang namanya administrasi, apa saja yang perlu di bawa dalam program itu pasca program namanya jadi sebelum kita memulai program contoh kita ada program yang kita bakal lombakan seperti kemarin ada namanya data kencana, itu merupakan inspirasi indonesia, pesona indonesia, anak indonesia itu adalah program yang di lombakan ke pusat jadi itu seputar sumatera utara, contoh kita mau mengambil inspirasi sebelum kita mengambil inspirasi ke produser dia harus tau kemana misal pengambilannya di Tapanuli sebelum itu produser harus siap apa yang akan di bawak ke sana kameramennya siapa, audionya, editornya narasumbernya, lokasi nya dimana itu harus tau selain itu produser juga yang mengamankan semua baik dari surat perizinan untuk membuat program tersebut dan kesiapan semuanya.

5. KESIMPULAN

Dengan melindungi suatu keanekaragaman budaya, bahasa, agama, maupun suku di Indonesia maka eksistensi TVRI sangat penting didalamnya. TVRI Medan mempunyai

peran yang strategis untuk mempromosikan persatuan maupun kesatuan bangsa dan juga mempererat hubungan nasional. Maka alur produksi yang terkumpul menjadi pemrograman tayangan, TVRI melakukan Pembentukan ini menciptakan struktur dan juga terorganisir. Penyusunan produksinya diawali dari suatu rancangan program lalu tahap pengembangan konsep, pengumpulan sumber, dilanjutkan dengan menuliskan sebuah naskah, mengambil gambar, editing untuk memperbagus sehingga sampai kepada proses penyiaran. Semua hal tersebut melibatkan beberapa departemen maupun tim produksi yang terkait dan untuk membuat dan membentuk program yang sangat berkualitas, untuk ditonton kepada masyarakat. Dalam menerapkan strategi komunikasi di generasi milenial tentu kita harus pandai mempromosikan suatu program agar anak muda tertarik dalam suatu kegiatan tersebut. Strategi yang merupakan trik dengan mendasarkan suatu tujuan untuk meningkatkan dan juga mengingatkan kita dengan situasi maupun keadaan generasi milenial.

6. DAFTAR PUSTAKA

Edi Suryadi. Strategi Komunikasi; *Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2021).

Cangara. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2014) hal 64

Hariani, *Formulasi Strategi Public Relations dan Kehumasan Dalam*

Meningkatkan Citra TVRI Sebagai Televisi Pendidikan Indonesia, (Raya Kampung Gebong: Universita Indraprasta PGRI) vol 2, no 1.

Menanti Fajar Rizki, *Peranan Publik Relation Dalam Rebranding TVRI Untuk Membentuk New Image, (Jakarta: UNJ 2019), Vol 8, no 2.*

Morrison.1996. *Manajemen Media Penyiaran: strategi pengelolaan radio dan televisi*, Jakarta:Kencana.

Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2019).

Sondang P. Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Komunikasi*, PT. Gunung Agung, Jakarta, 1986, hal 16.

TVRI, 2021, *Tentang TVRI ; Sejarah dan Profil*. Diakses dari <https://tvri.go.id/about#sejarah> Pada tanggal 20 Juli 2023.