

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI



**STRATEGI PEMBERDAYAAN SDM TELEVISI LOKAL
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PROGRAM SIARAN BIDANG
KESEHATAN DAN LINGKUNGAN
PADA STASIUN TELEVISI LOKAL DI JAWA BARAT**

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Ketua	: Dr. FELIZA, M Si	(NIDN. 0020076012)
Anggota	: Dr. Evi Novianti, M Si	(NIDN.0003117005)
	Aat Ruchiat, S Sos., M Si	(NIDN.0001118105)
	Trie Damayanti, SSos., M Si	(NIDN. 0015021202)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PADJADJARAN
OKTOBER
2015**

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul: “*Strategi Pemberdayaan SDM Televisi Lokal sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Program Siaran Bidang Kesehatan dan Lingkungan Pada Televisi Lokal di Jawa Barat*”. Mengambil sampel di empat stasiun TV Lokal di Jawa Barat: Bandung TV, PJTV, Radar Tasikmalaya TV, dan Cirebon TV .

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang komunikasi kesehatan yang berkaitan erat dengan program siaran Televisi Lokal. Juga sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang relevan dan menyumbangannya untuk memecahkan masalah kualitas program siaran televisi lokal, yang memang harus diawali dengan peningkatan kualitas profesionalisme dari para pekerja atau pengelola stasiun televisi tersebut.

Salah satu permasalahan dalam penayangan program siaran bidang kesehatan dan lingkungan, adalah dimana pada beberapa televisi lokal lebih banyak menayangkan program non medis seperti pengobatan alternatif ataupun pengobatan herbal yang dikhawatirkan tidak memenuhi kaidah kesehatan secara medis.

Oleh karena itu, kiranya perlu adanya sebuah strategi khusus untuk meningkatkan kualitas program siaran di stasiun televisi lokal tersebut. Salah satu diantaranya adalah dengan mencoba mencari strategi dalam peningkatan kualitas dan profesionalisme para pekerja di stasiun televisi lokal di Jawa Barat.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi para pengelola televisi lokal, pemerintah dan instansi berkepentingan seperti KPID terkait dengan kebijakan-kebijakannya dalam program kesehatan dan lingkungan melalui televisi lokal yang melibatkan mereka secara fungsional.

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah studi kualitatif, data diperoleh melalui metode *mixed method* (metode gabungan), dengan teknik survai, FGD, *Depth Interview* kepada responden yang sudah ditentukan. Responden survey akan dipilih secara acak dari lingkungan pekerja di stasiun televisi. FGD dilakukan kepada para pengambil kebijakan di masing-

masing stasiun televisi untuk mendapatkan data kualitatif terkait dengan permasalahan seputar kualitas SDM televisi lokal. Wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka akan dilakukan untuk melengkapi data-data yang diperoleh melalui survey maupun FGD.

*Kata kunci: Televisi Lokal, Profesionalisme, SDM TV Lokal, Kualitas SDM
Prakata*

PRAKATA

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat Nya laporan kemajuan penelitian dengan judul “ *Strategi Pemberdayaan SDM Televisi Lokal sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Program Siaran Bidang Kesehatan dan Lingkungan Pada Televisi Lokal di Jawa Barat*”. Mengambil sampel di empat stasiun TV Lokal di Jawa Barat: Bandung TV, PJTV, Radar Tasikmalaya TV, dan Cirebon TV telah berhasil diselesaikan.

Kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya kerjasama, dukungan dan bantuan semua pihak. Oleh karena itu tim pelaksana kegiatan mengucapkan terimakasih yang sedalam-dlamnya kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini.

Semoga semua amal baiknya kepada penulis mendapat imbalan yang lebih besar dari Allah SWT.Amin.

Tim Pelaksana.

DAFTAR ISI

Ringkasan.....	i
Prakata	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar.....	v
Daftar Lampiran.....	vi
BAB I Pendahuluan.....	1
BAB II Tinjauan Pustaka.....	4
BAB III Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	12
BAB IV Metode Penelitian.....	14
BAB V Hasil Dan Pembahasan.....	17
BAB VI Rencana Tahapan Berikutnya.....	24
BAB VII Kesimpulan Dan Saran	26
Daftar Pustaka.....	28
Lampiran.....	30

DAFTAR GAMBAR

Foto-Foto Wawancara dan FGD.....	50
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Instrumen.....	30
Personalia Tenaga Peneliti Beserta Kualifikasinya.....	34
Abstrak Artikel Publikasi.....	45
Formulir Evaluasi Atas Capaian Luaran Kegiatan.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

Televisi merupakan bisnis yang tidak hanya memerlukan biaya investasi awal yang besar untuk pengadaan infrastruktur, peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), melainkan juga memerlukan biaya operasional yang besar, terutama untuk biaya produksi dan pengadaan (pembelian) program.

Dukungan biaya operasional yang cukup dan stabil dari pemilik sangat menentukan kemampuan suatu stasiun TV untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati dan dibutuhkan masyarakat. Dukungan dana tersebut terutama pada tahun-tahun awal pengoperasiannya sampai mampu mandiri (setelah menguntungkan).

Dalam kaitan ini , menarik dan cukup relevan bagi pengelola TV Lokal mengenai apa yang disampaikan Byron G. Wells :

“.....You are going to need many things before you even get close to going on the air – things like aspirin, money, aspirin, petience, aspirin, money After a while, if your programming is good, if the advertising comes in and if you get a few lucky breaks, the station may start to pay..... In fact, you might even start drawing a bit of salary for yourself.....”

Popularitas dan image merupakan kunci keberhasilan suatu stasiun televisi dalam merebut kue iklan atau memperoleh pendapatan dan keuntungan dari siaran komersial. Banyak faktor (variabel) yang menentukan image stasiun televisi, namun yang terpenting adalah mutu program siarannya dan kualitas penerimaan signal (*reception quality*) di masyarakat. Pada gilirannya, program bermutu akan menarik (menghasilkan) banyak pemirsa yang besar jumlahnya akan menarik bagi pemasang iklan (*advertiser*) untuk beriklan di stasiun yang bersangkutan.

Sebaliknya, image dan popularitas suatu stasiun TV akan terpuruk apabila tidak mampu menghadirkan program bermutu sehingga tidak menarik bagi pemasang iklan. Sebenarnya, pemasang iklan tidak melihat atau tidak terpaku pada mutu suatu program, melainkan yang terpenting bagi mereka adalah berapa banyak pemirsa yang menontonnya (ditunjukkan oleh program *rating*).