

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital adalah salah satu bukti berkembangnya teknologi internet yang kian maju. Banyaknya platform di berbagai media mampu membantu kehidupan dan budaya manusia jadi semakin maju. Sehingga dengan adanya internet manusia jadi lebih mudah dalam mendapat informasi. Komunikasi yang bersifat memberitahu seperti berita juga mengalami revolusi digital, jika biasanya kita melihat berita itu hanya melalui media cetak, televisi atau radio secara manual, sekarang kita bisa mendapat update informasi melalui smartphone atau internet.

Pemanfaatan teknologi internet ini juga digunakan untuk mengakses berita karena public memerlukan informasi untuk mengetahui kondisi apa yang sedang terjadi saat ini atau sekedar melihat trend. Penyebaran berita kini lebih mudah dilakukan dan sangat cepat tersebar secara luas, bahkan hanya dalam hitungan jam saja orang sudah bisa mengetahui perkembangan informasi terkini dengan kehadiran internet.

Tentu saja hal itu membuat media digital yang seperti sekarang dan berhasil menggeser berbagai media massa konvensional. Berbagai perusahaan media harus dapat berevolusi agar tidak tertinggal. Teknologi juga memberikan kemudahan terhadap media baru untuk menyampaikan berita berbasis internet

yang bersifat satu arah dan dikenal dengan istilah media baru atau *new media* (McQuail, 2011: 27).

Media baru atau *new media* merupakan hasil dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang memudahkan untuk dijangkau manusia. Saat ini masyarakat bisa lebih mudah mendapatkan informasi di manapun dan kapanpun mereka ingin hanya melalui media sosial seperti Instagram, Twitter dan lainnya (Setiawan, 2017: 1). Aktivitas tersebut menimbulkan perubahan perilaku terhadap konsumen dan berdampak pada budaya di sekitar yang disebut revolusi industri 4.0 atau revolusi digital.

Revolusi industri 4.0 tentu saja membawa perubahan yang cepat di era digital seperti sekarang. Tujuannya tidak lain untuk meningkatkan daya saing industri di setiap negara untuk menghadapi pasar global yang semakin dinamis (Setiawan, 2017: 3). Di era digital yang serba instan seperti sekarang membuat televisi harus lebih cepat beradaptasi untuk melakukan persaingan, karena digitalisasi mampu membawa informasi apapun lebih mudah diakses dan mengubah cara konsumsi masyarakat dalam memakai media televisi.

Jika sebelumnya perilaku konsumen hanya menjadi penonton pasif, saat ini masyarakat bisa berperan aktif dan memberikan komentar terhadap apa yang ia tonton. Maksudnya penonton dalam hal ini tidak hanya sebagai penikmat tetapi bisa interaktif dalam menyampaikan pendapat atau masukan terhadap tayangan tersebut. Maka kemunculan media baru ditengah era digital ini telah mengubah banyak hal, mulai dari cara berfikir seseorang hingga kehidupan sehari-hari (Sari, 2020).

Sehingga dalam hal ini media massa televisi juga dituntut untuk semakin inovatif dan kreatif untuk menyuguhkan program tayangannya. Selain itu perubahan *device* teknologi komunikasi sangat variatif dan berlangsung cepat. Sehingga hal tersebut mendorong perubahan teknologi penyiaran berganti dari televisi analog ke digital (Zamroni, 2014: 203). Jika dahulu melihat informasi harus dengan *fix television* sekarang bisa dengan *smartphone*.

Maka melihat perubahan tersebut pemerintah pun mengeluarkan kebijakan mengenai perpindahan analog ke digital. Melalui peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi No.05 tahun 2012, pemerintah melakukan langkah untuk menetapkan standar penyiaran televisi digital terrestrial atau *Digital Video Broadcasting- Terrestrial second generation (DVB-T2)*. Keunggulannya yaitu memiliki sinyal yang lebih kuat sehingga bisa diterima antenna *indoor* maupun *outdoor*. Televisi digital juga memiliki siaran dengan kualitas beragam, dengan berbagai tipe seperti, *standard definition TV*, *high definition TV* maupun *mobile TV* (<https://tvdigital.kominfo.go.id/>).

Kemunculan Teknologi DVB-T2 di Indonesia juga menimbulkan adanya konvergensi media salah satunya televisi, masyarakat punya budaya berbeda dalam melihat suatu pemberitaan. Sebenarnya jika dilihat dari jenis penggunaannya, penyiaran televisi itu memiliki empat kelompok. *Pertama*, TV tradisional yang menayangkan siaran yang itu-itu saja tanpa ada aktivitas lain. *Kedua*, hybrid TV, siaran yang bersamaan antara TV dan internet yang diharapkan bisa menjadi penghubung atau *bridging* dengan televisi. Sehingga orang yang sedang bermain internet bisa sambil menonton TV. *Ketiga*, TV interaktif, ada

komunikasi dua arah antar penonton dan program siaran. *Keempat*, TV konvergensi yang memadukan internet dengan IT melalui smartphone untuk menyesuaikan *device* yang dipakai masyarakat sekarang.

Dengan adanya perubahan dari Tv analog ke digital secara bertahap ini membawa kita pada periode simulcast yakni penayangan siaran televisi bersama dengan televisi analog dan digital untuk tujuan migrasi *analog switch off* (ASO). Periode tersebut sudah berjalan sejak 2012 dan berakhir di 2018. Sehingga masyarakat tidak perlu membeli pesawat TV baru untuk menikmati konten siaran digital. Hanya dengan menambahkan konten siaran digital dengan perangkat *converter* atau *set top box* pada TV yang lama.

Sedangkan *Set top box* merupakan alat bantu penerima siaran digital yang mengkompresi sinyal digital agar diterima pesawat TV analog (Yudono, 2013). Dalam hal ini pemerintah juga telah mendorong pabrikan *set top box* lokal dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau agar masyarakat bisa membeli. Kemudian sosialisasi mengenai tujuan pemindahan TV analog ke digital juga tidak kalah pentingnya untuk membangun kesadaran masyarakat dalam menghadapi era digital seperti saat ini (Budiarti, 2007).

Tetapi sampai saat ini masih banyak yang belum mengetahui apa itu televisi digital. Secara umum masyarakat masih awam dengan istilah tersebut dan orang di Indonesia lebih banyak menggunakan televisi analog untuk menyaksikan siaran TV tradisional. Meskipun sudah ada yang menggunakan televisi digital atau TV kabel. Namun sosialisasi dari pemerintah mengenai *analog switch off* rupanya belum dipahami betul oleh masyarakat (Satriyo, 2008).

Sebenarnya fenomena yang terjadi saat ini terkait wacana migrasi TV analog ke TV digital sudah ada sejak 2010 lalu. Namun transisi ke digital tersebut masih dalam tekanan karena kontabilitas dengan teknologi itu masih jarang. Indonesia masih main sendiri seperti ekonomi politik sekarang banyak yang tidak rela untuk pindah ke digital. Padahal jika di komparasikan dengan Thailand, Indonesia jauh dinilai lebih siap. Tetapi ada beberapa pihak yang tidak dapat ditaklukkan sehingga rencana migrasi tersebut terhambat dan tidak lagi digaungkan. Padahal migrasi tv digital ke analog ini tidak hanya dimaknai sebagai pergantian teknologi saja, justru dijadikan momen untuk mengatur dunia kegelapan penyiaran di Indonesia.

Ditengah masalah tersebut, ternyata ada salah satu televisi yang sudah memanfaatkan teknologi digital ini dalam menyebarkan beritanya ialah Inspira TV. Televisi digital yang digandrungi anak muda ini berasal dari Bandung dan sejak awal kehadirannya sudah disambut baik oleh masyarakat. Inspira Tv memperoleh izin mengudara secara local di Bandung. Karena peralihan TV analog ke TV digital memerlukan waktu lama sehingga Inspira TV membutuhkan strategi kuat untuk dapat bersaing dengan TV analog.

Sehingga sebelum program Inspira TV ditayangkan pihak redaksi perlu menentukan *segmenting* atau segmen pasar terlebih dahulu untuk menentukan tayangan apa yang akan dibuat berdasarkan kebutuhan, keinginan dan karakteristik penonton. Kemudian *targetting* atau target pasar untuk menentukan kelompok tertentu yang dituju, misalnya kalangan ibu-ibu, bapak-bapak atau anak muda.

Setelah mendapat target pasar maka program tersebut bisa disesuaikan dengan waktu dan jam tayangnya. Dan akhirnya akan menimbulkan *positioning* atau posisi pasar, yang menentukan citra unik dari pemirsa terhadap program yang ditayangkan. Apakah program yang dibuat sudah diterima dengan baik oleh masyarakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti mengambil judul “**Strategi Media Televisi Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital (Studi Deskriptif di Inspira TV)**” untuk melihat bagaimana strategi Inspira Tv dalam mempertahankan eksistensinya di hadapan pemirsanya.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini dibatasi pada permasalahan bagaimana Strategi Media Televisi Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital (Studi Deskriptif di *Inspira TV*), maka fokus penelitiannya adalah:

1. Bagaimana strategi Inspira TV dalam menentukan *Segmenting* di Era *Digital*?
2. Bagaimana strategi Inspira TV dalam menetapkan *Targetting* di Era *Digital*?
3. Bagaimana strategi Inspira TV dalam menunjukan *Positioning* di Era *Digital*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui cara menentukan *Segmenting* di *Inspira TV*.
2. Mengetahui cara menetapkan *Targetting* di *Inspira TV*.
3. Mengetahui cara menunjukkan *Positioning* di *Inspira TV*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik manfaat akademik maupun secara praktis sebagai berikut :

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis dalam kajian ilmu komunikasi khususnya dalam kejournalistikan dan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi pada umumnya, terkhusus dalam kegiatan praktik jurnalistik dalam pemberitaan di media *online*. Selain itu juga hasil penelitian ini, semoga dapat menjadi salah satu referensi, sumbangan pustaka bagi mahasiswa yang akan melakukan sebuah penelitian mengenai kegiatan praktik jurnalistik.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan informasi empiris kepada pihak *Inspira TV*, khususnya mengenai Strategi Media Televisi Di Era Digital. Informasi tersebut diharapkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan kualitas media tersebut.

1.5. Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting dalam menunjang penelitian serta berfungsi sebagai salah satu acuan sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji studi penelitian yang sedang dilakukan.

Dalam studi peneliti mengambil penelitian terdahulu yang relevan dengan apa yang sedang peneliti teliti, hal tersebut dilakukan sebagai referensi guna memperkuat dan mempertajam analisa. Penelitian dengan judul “Strategi Media Televisi Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital (Studi Deskriptif di *Inspira TV*)” berikut hasil rangkuman yang terinspirasi dari beberapa skripsi yang telah ada sebelumnya.

Pertama, Taufik Gilang Karisman (2017). Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi: Studi Deskriptif pada Tim Program MQTV Bandung. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MQTV merealisasikan strategi programnya secara bertahap; Pertama, perencanaan dilakukan dengan menganalisis peluang pasar berdasarkan penilaian yang tidak berdasarkan riset pihak ketiga dan menggunakan bidang dakwah dalam pembuatan program, kemudian menyusun tayangan yang dibuat dengan membuat produksi sendiri yang dikemas dalam berbagai format dengan mudah dipahami. gaya bahasa dan promosi melalui video musik dan out-of-media target penonton dan pendapatan MQTV adalah untuk kelas menengah ke atas, dan program dakwah MQTV adalah untuk menarik khalayak dakwah dan keuangan yang besar. Penelitian ini memiliki

persamaan dalam penggunaan metode kualitatif dan perbedaan subjek penelitian dan subjek penelitian.

Kedua, Wilsa Nuzulul Mufliha (2014). Analisis Tayangan Reportase Investigasi Trans TV "Awat!!! Video Porno Merusak Otak. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa episode "Peringatan!!! Video Porno Penghancur Otak" berisi pesan dari siaran reportase investigasi yang disiarkan oleh sumber, narator, atau tangkapan layar. Paket program ini adalah efektif visual (gambar) atau suara (suara), serta kualitas konten informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi tertentu kedalaman, akurasi. Penelitian ini mirip dengan penelitian siaran televisi dan menggunakan metode kualitatif dengan analisis yang berbeda dan perbedaan utamanya adalah obyek penelitian.

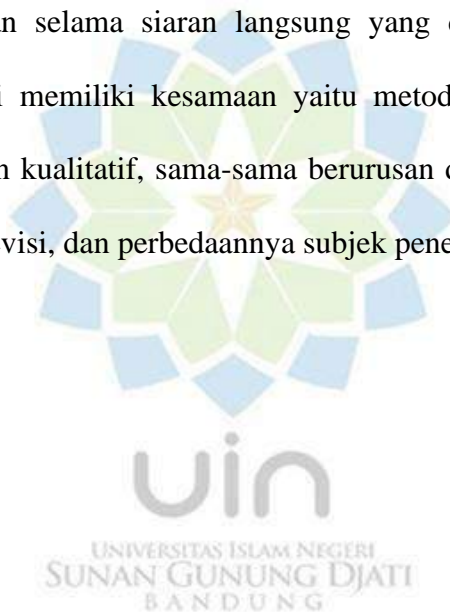
Ketiga, Siti Suaibatul Romdoni (2014). Manajemen Reportase Dalam Produksi Berita di RRI Bandung. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan adalah metode analisis Kualitatif. Studi ini menghasilkan beberapa hasil penting. Pertama, proses perencanaan pelaporan diputuskan oleh RRI Pusat di Jakarta. Kedua, pembagian tugas pelaporan oleh POS (wartawan yang ditugaskan pada suatu kantor atau organisasi tertentu) dan tugas pelaporan koresponden RRI daerah. Ketiga, mengerahkan wartawan RRI Bandung untuk meliput agenda nasional yang ditetapkan RRI Pusat di Jakarta, dan wartawan dibekali agenda redaksi.

Keempat, mengevaluasi hasil pemberitaan wartawan yang ditangani dan disusun oleh pemimpin redaksi, menyeleksi berita untuk disiarkan, memeriksa kualitas sumber, serta memeriksa keamanan dan kelengkapan berita. Penelitian ini memiliki persamaan menggunakan metode kualitatif dan perbedaannya adalah objek penelitiannya.

Keempat, Kelam Aqam Maulana (2016). *Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Metode yang digunakan Kualitatif, Deskriptif. Hasil riset Indonesia Morning Show dalam produksi acaranya telah melalui tiga tahap, yaitu: pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dilihat dari teori hirarkis, pengaruh level media konvensional dalam produksi program berita pagi di Indonesia dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu: Khalayak, organisasi media dan sumber informasi. Berikutnya, kemasan berita yang biasanya menggunakan format 5W 1H, tim redaksi Indonesia Morning Show mengubahnya menjadi format S-P-O-K agar cetakan berita mudah diterima oleh khalayak pagi. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas proses produksi berita siaran, dan perbedaannya terletak pada subjek penelitian yang berbeda.

Kelima, Nurhasanah (2011). *Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Reportase Minggu di Trans Tv)*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian melalui beberapa tahapan menurut teori Bass, tahap pertama penelitian topik oleh

produser, kemudian penelitian bahan berita oleh tim reporter yang ditunjuk oleh koordinator berita. . Selain itu, reporter menulis naskah dari materi berita yang diberitakan setelah produser mengedit naskah dan kemudian menyelesaikan sulih suara. Selain itu, cover artnya diambil di komputer dan hasil dubbing skrip sudah diproses, jadi semuanya sudah siap untuk diedit. Hasil akhir koreksi akan ditinjau oleh pabrikan. Jika disetujui maka akan dicetak menjadi video tape atau dikirim ke server, di control room, video tersebut akan dimanfaatkan untuk menjangkau penonton. Ini dilakukan selama siaran langsung yang disahkan oleh direktur program. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu metode penelitiannya semua menggunakan penelitian kualitatif, sama-sama berurusan dengan proses produksi sebuah siaran berita televisi, dan perbedaannya subjek penelitian tidak sama.



Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Metode	Hasil	Persamaan/ Perbedaan
1	Taufik Gilang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2017)	<i>Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi: Studi Deskriptif pada Tim Program MQTV Bandung.</i>	Metode yang digunakan Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Menunjukkan bahwa <i>MQTV</i> melakukan strategi program melalui tahap; pertama, perencanaan dilakukan dengan menganalisis peluang pasar berdasarkan penilaian berbasis penelitian non-pihak ketiga dan menggunakan bidang dakwah dalam pembuatan program, kemudian menggabungkan program yang dimungkinkan dengan membuat produksi program sendiri yang dikemas dalam berbagai format dengan gaya yang mudah dipahami.	Pada penelitian pertama adanya kesamaan terletak pada metode yang menggunakan kualitatif. Perbedaannya adalah objek penelitian dan subjek penelitiannya
2	Wilsa Nuzulul Muflaha dari jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2014)	<i>Analisis Tayangan Reportase Investigasi Trans TV "Awass!! Video Porno Merusak Otak.</i>	Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis isi.	Hasil penelitian adalah tayangan <i>Reportase Investigasi</i> khususnya pada episode " <i>Awass!! Video Porno Merusak Otak</i> " memiliki elemen berupa pesan, pengemasan dan kualitas berita ini telah terpenuhi dan semua isi tayangan ini memiliki pesan, teknik	Pada penelitian kedua adanya kesamaan dengan penelitian kali ini adalah sama-sama meneliti suatu program siaran di televisi dan menggunakan metode kualitatif. Namun dengan analisis yang berbeda. Selain itu perbedaan selanjutnya adalah objek penelitiannya.

				pengemasannya berurutan dengan baik dan kualitas isi berita yang cukup memenuhi syarat berita khususnya berita investigasi.	
3	Siti Suaibatul Romdoni dari jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2014)	<i>Manajemen Reportase Dalam Produksi Berita di RRI Bandung</i>	Metode yang digunakan adalah studi analisis dengan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian Pertama, proses perencanaan peliputan berita ditentukan oleh RRI pusat di Jakarta. Kedua, pembagian tugas peliputan berita berdasarkan POS (reporter yang ditugaskan di satu kantor/lembaga tertentu) dan tugas peliputan berita berdasarkan daerah reporter RRI tersebut.	Pada penelitian ketiga Persamaanya yaitu menggunakan metode kualitatif. Perbedaanya yaitu objek penelitian yang berbeda karena penelitian ini mengambil objek radio bukan televise seperti yang saya teliti.
4	Kelam Aqwm Maulana dari jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2016)	<i>Analisis Produksi Program Berita Indonesia Mornng Show di News and Entrainment Television</i>	Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	<i>Indonesia Morning Show</i> dalam memproduksi programnya melalui tiga tahap, yakni: pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dilihat dari teori Hirarki pengaruh level media riutin dalam proses produksi program berita <i>Indonesia Morning Show</i> dipengaruhi 3 unsur yaitu: <i>Audiens</i> , Organisasi Media dan Sumber Berita. Kemudian pengemasan berita yang biasanya menggunakan format 5W 1H tim redaksi <i>Indonesia Morning Show</i> merubahnya	Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian kali ini adalah terletak pada pembahasan proses produksi siaran berita. Sedangkan perbedaanya objek penelitiannya yang berbeda.

				menjadi format S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah di terima oleh audiens di pagi hari.	
5	Nurhasanah, dari jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2011).	<i>Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Reportase Minggu di Trans Tv)</i>	Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	Tahap pertama penelusuran tema oleh produser, kemudian pencarian bahan berita oleh tim liputan yang ditugaskan oleh korlip. Selanjutnya reporter menulis naskah dari bahan berita yang diliput setelah naskah diedit oleh produser, maka dilakukan <i>dubbing</i> . Selanjutnya gambar liputan yang di- <i>capture</i> ke computer dan hasil dari <i>dubbing</i> naskah telah diproses, maka seluruh nya siap diedit. Hasil akhir editing akan ditinjau oleh produser. Jika sudah disetujui, maka akan dicetak ke dalam bentuk kaset video atau data yang dikirim ke server, diruang control room, video itu dioperasikan untuk sampai ke televisi permirsa. Hal itu dilakukan saat siaran live yang dikomando oleh seorang <i>Program Director</i> .	Persamaannya terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan studi kualitatif, sama-sama membahas proses produksi sebuah program berita televisi. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitiannya yang tidak sama.

1.5.2 Landasan Konseptual

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian adalah konsep STP yaitu, Segmentasi (*Segmenting*), Sasaran (*Targeting*) dan Posisi (*Positioning*). Konsep STP bertujuan untuk mengetahui bagaimana menentukan Segmentasi (*Segmenting*), menentukan Sasaran (*Targeting*), dan mengetahui Posisi (*Positioning*) pada program *Berita Inspira*.

Secara umum strategi penyiaran dan manajemen penyiaran merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan. Sehingga aktivitas seperti perencanaan, pengendalian, pengorganisasian, pengarahan, penempatan, motivasi, komunikasi dalam mengambil keputusan tidak dapat dipisahkan karena merupakan kesatuan yang utuh. Sehingga mampu mengarahkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan hasil produk maupun jasa yang lebih efisien (Andrew, 1973). Namun dalam membangun strategi dibutuhkan target sasaran agar suatu program dapat terus bertahan.

1. Strategi

Wulandari (2016: 10) Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (stratus: militer, danag: memimpin), strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian, penggunaan, kekuatan dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi menggambarkan arah khalayak yang mengikuti lingkungan yang dipilih serta sebagai pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha. Maka dari itu organisasi merupakan sebuah rencana yang telah disusun oleh anggota itu sendiri demi mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr dalam Tjiptono dalam Wulandari (2016: 10) Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu (1) dari perspektif mana organisasi tersebut akan melakukan sesuatu (*intends to do*), dan (2) sisi perspektif apa yang akhirnya dilakukan organisasi tersebut (*eventually does*). Maka dari itu dalam hal ini perspektif utama yang harus dilakukan yakni merumuskan dahulu program apa yang akan dilakukan kemudian tujuan apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara organisasi tersebut mengimplementasikan misi yang sudah dibuat. Maksudnya adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Sehingga berdasarkan perspektif kedua tadi akan didapat bagaimana strategi yang pas sebagai bentuk tanggapan atau respon satu organisasi dari lingkungan yang terjadi setiap harinya.

Segmentasi (*Segmenting*) segmentasi adalah suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran. Segmentasi (*Segmenting*) ini diperlukan agar perusahaan dapat menyusun strategi dalam memuaskan kebutuhan konsumen atau penontonnya. Perusahaan harus mengetahui siapa saja yang akan menjadi konsumen atau penontonnya. Segmentasi juga merupakan metode bagaimana memandang pasar secara kreatif didasarkan atas perbedaan minat dan kebutuhan konsumen.

Sehingga berdasarkan segmentasi demografisnya akan diperoleh segmen yang terbagi atas peta kependudukan seperti jenis kelamin, banyaknya anggota keluarga, pendidikan tertinggi dari kelompok tertentu, usia, tingkat penghasilan, agama, suku, jenis pekerjaan dan lainnya. Elemen yang disebutkan adalah variable

demografi. Dalam penentuan segmentasi data peneliti perlu mengantisipasi perubahan-perubahan yang menyangkut perubahan penonton, dengan cara menentukan segmentasi berdasarkan demografi hal tersebut dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan manajerial.

Segmentasi geografis membagi khalayak atau *audien* berdasarkan jangkauan geografis. Sehingga penonton dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik geografis yang dimiliki, dalam hal ini setiap orang akan bervariasi. Hal itu mencakup wilayah, provinsi, kabupaten, kota, desa, negara atau lingkungan perumahan. Karena penikmat acara pasti memiliki kesukaan yang berbeda dalam memilih acaranya sesuai dimana dia tinggal. Segmentasi ini percaya bahwa setiap wilayah memiliki karakter yang berbeda dengan wilayah lainnya.

Segmentasi geodemografis merupakan gabungan dari segmentasi geografis dan demografis. Maka dari itu sebagian orang percaya ketika seseorang menempati satu wilayah yang sama akan cenderung mempunyai karakter yang sama juga dalam menyaksikan tayangan. Tetapi letak geografis tadi dapat dibuat lebih signifikan sehingga sasarannya jelas. Misal orang yang sama-sama tinggal di pedesaan maka akan cenderung memiliki kesamaan dengan orang yang tinggal di desa lain.

Segmentasi selanjutnya yakni psikografis atau pengelompokan sesuatu berdasarkan pada gaya hidup atau kepribadian manusia satu dengan lainnya. Gaya hidup sendiri dapat mengubah seseorang dalam berperilaku atau memilih apa yang ingin dikonsumsi. Misalnya, seorang wanita karir dan seorang ibu rumah tangga

tentu saja memiliki gaya hidup yang berbeda-beda yang pada akhirnya mempengaruhi bagaimana selera tontonan mereka.

Sasaran (*Targeting*) setelah memetakan segmen, tahap *targeting* seperti namanya adalah membidik kelompok konsumen penonton mana yang akan dijadikan sasaran. Setelah menentukan penonton mana yang akan dijadikan sasaran yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang sama. Setelah mendapatkan sasaran untuk program tersebut, bisa ditentukan juga waktu atau jam tayang untuk program tersebut.

Sasaran ini sangat berhubungan erat dengan adanya media yang dapat digunakan untuk menjangkau kelompok-kelompok atau segmen-segmen tertentu dalam masyarakat. Penentuan sasaran mempunyai dua fungsi sekaligus, yaitu menyeleksi konsumen sasaran sesuai dengan kriteria tertentu dan menjangkau konsumen sasaran tersebut. Konsumen sasaran sendiri merupakan kelompok orang yang akan dituju agar terlihat atau terespose oleh media atau hiburan untuk mendapat informasi yang ditawarkan oleh produsen terhadap konsumennya. Perlu diketahui bahwa konsumen melakukan suatu proses yang disebut dengan *selective exposure* artinya konsumen secara aktif memilih mau atau tidak mengekspos dirinya terhadap informasi yang disampaikan oleh program tersebut.

Proses Posisi (*positioning*) merupakan salah satu bagian yang menjelaskan pada pemirsa mengenai keunggulan apa yang ada dalam program yang dibuat. Selain itu, hal apa saja yang membedakan antara program yang ditayangkan dengan televisi lain juga untuk mengetahui diterima atau tidak program yang dibuat.

Positioning juga strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak atau penonton menempatkan suatu program acara di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan jika proses *positioning* ini mengharuskan adanya perencanaan yang matang sebagai langkah tepat. Maka tim redaksi harus memahami terlebih dahulu seperti apa penonton mencerna informasi yang diberikan, persepsi apa yang dimunculkan dan bagaimana persepsi tersebut memberikan pengaruh dalam mengambil keputusan.

Audience dalam hal ini harus bisa membedakan antara program yang ditayangkan dengan program lainnya. Maka untuk menyusun proses *positioning* tadi tim redaksi harus bisa mengetahui apa yang penonton butuhkan. Membedakan struktur persaingan kedalam tiga tingkat yaitu, superioritas, diferensiasi dan paritas.

Superioritas sendiri adalah salah satu keadaan yang lebih *ideal*, tetapi akan lebih sulit untuk diraih. Sehingga memerlukan strategi persaingan yang lebih ketat supaya perusahaan dapat memberikan program yang lebih unggul dalam berbagai bidang dari pesaing lain. Diferensiasi keadaan yang sedikit berbeda dengan superioritas. Di sini perusahaan atau program tidak lebih unggul dalam segala hal, tetapi membatasinya pada satu atau beberapa segi saja yang superior terhadap pesaing-pesaingnya. Sehingga paritas sendiri harus dimiliki perusahaan dan program yang memiliki kesamaan sehingga sulit dibedakan antar satu sama lainnya. *Audience* tidak dapat membedakan mana yang lebih baik antara program satu dengan program lainnya.

2. Televisi Digital

Televisi digital menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal gambar, suara dan data ke pesawat televisi. Televisi digital merupakan alat yang digunakan untuk menangkap siaran Tv digital, perkembangan dari sistem siaran analog ke digital yang mengubah informasi menjadi sinyal digital berbentuk bit data seperti komputer. Sistem televisi digital tersebut memiliki tiga bagian, sebagai berikut:

1. Frekuensi: ditunjang oleh teknologi penerima yang mampu beradaptasi sesuai dengan lingkungannya. Sinyal digital dapat ditangkap dari sejumlah pemancar yang membentuk jaringan berfrekuensi sama hingga daerah cakupan Tv digital dapat diperluas.
2. Sistem pemancar yang mesti memenuhi standar dunia, yakni DTV di Amerika, di Eropa video digital mesti terinstal (DVB-T).
3. Siaran Tv digital: Penyiaran saluran dan layanan yang lebih banyak daripada televisi analog. Pemilik siaran sebaiknya bisa memberikan program tayangan secara digital yang dapat memberikan kesempatan dan peluang bisnis di dunia televisi untuk menyediakan konten yang lebih inovatif dan kreatif untuk menarik minat pemirsa.

1.6. Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lokasi program *Berita Inspira*, yaitu di Grand Metro Building, Lantai 2, Jalan Rancabolang No. 9, Kota Bandung.

1.6.2 Pendekatan

Pendekatan penelitian merupakan suatu sistem berfikir yang diadopsi dari peneliti tentang seperti apa kerangka penelitian ini dilihat dan bagaimana peneliti terdahulu melakukannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan serangkaian kegiatan penelitian yang dilakukan dalam bentuk deskriptif tertulis atau kata-kata yang berupa analisis yang mengungkapkan suatu proses beserta maknanya (Sugoyono, 2009).

Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1975) menyebutkan jika “pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan penelitian dalam bentuk deskriptif atau menggambar dalam bentuk tulisan maupun lisan yang bersumber dari perilaku seseorang yang diteliti,” (Moleong, 2006: 4).

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif lebih menjelaskan kepada bagaimana penulis mendeskripsikan kedalaman kualitas data yang diperoleh dari *Inspira TV* baik berupa kata dari narasumber yang ditemui di lapangan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah metode deskriptif. Metode tersebut memiliki tujuan untuk membuat deskripsi yang lebih faktual, akurat dan sistematis mengenai sifat dan fakta yang sesuai dengan populasi dan objek yang ditentukan. Menurut Sukadimata, penelitian deksriptif

adalah salah satu bentuk penelitian yang bertujuan dalam mendeskripsikan sebuah fenomena yang ada secara alami maupun artifisial. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72).

Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif, karena peneliti akan melakukan studi mengenai strategi penyiaran program berita yang berpengaruh bagi masyarakat. Peneliti berusaha mengungkap dan mengetahui nilai-nilai yang ada di dalam sebuah strategi penyiaran program berita pada suatu media dengan melakukan pengamatan langsung terhadap runtutan proses dari media tersebut. Metode ini memudahkan peneliti untuk memaparkan secara rinci dan komprehensif melalui analisis deskriptif.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini data yang diidentifikasi bersifat deskriptif bukan numerik, diantaranya sebagai berikut:

- 1). Data mengenai *segmenting* pasar yang dilakukan manajemen redaksi *Inspira Tv* dalam menyebarkan berita di era digital

Peneliti akan mencari data dengan cara melakukan observasi dan wawancara secara terstruktur kepada pimpinan redaksi dan redaktur. Selain itu melihat beberapa dokumen penting perusahaan yang menjelaskan tentang *segmenting* penyebaran berita yang dilakukan media tersebut dalam berbagai platform media social dan media online.

- 2). Data mengenai targetting yang dilakukan Inspira Tv dalam menghadapi era digital.

Peneliti akan mencari data dengan melakukan wawancara kepada pimpinan redaksi atau marketing terkait yang bisa memberikan informasi terkait siapa saja yang menjadi target inspira tv dalam menyebarkan berita nya. pengumpulan data ini dilakukan secara menggabungkan hasil wawancara dengan dokumen pendukung lainnya.

- 3). Data mengenai positioning yang dilakukan inspira tv dalam menghadapi era digital.

Peneliti akan mencari data terkait bagaimana inspira tv melakukan positiong untuk menentukan target audience sehingga berita yang disuguhkan mampu tersampaikan dengan baik. Peneli akan melakukan wawancara kepada pihak pimpinan redaksi dan pihak terkait lain yang dapat memberikan informasi. Menurut Lofland, sumber data paling utama ketika melakukan penelitian kualitatif yakni kata-kata atau tindakan yang mengedepankan data tambahan seperti dokumen, wawancara atau data lain di lapangan. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik (Meleong, 2013: 157).

- a. Sumber Data Primer

Dalam sebuah penelitian sumber data primer adalah sumber yang paling penting bahkan paling diutamakan dalam mendapatkan informasi.

Sumber utama dalam penelitian ini adalah informasi langsung yang didapatkan dari hasil wawancara dengan bagian produksi *Inspira TV*, yaitu Asisten Produser, Produser News dan Pemimpin Redaksi. Alasan peneliti memilih informan tersebut karena mereka yang berkenaan langsung dalam produksi pembuatan program berita *Inspira TV*. Kemudian kegiatan yang akan dianalisis sesuai dengan fokus penelitian, yakni mengenai strategi penyiaran dan rekaman program siaran *Berita Inspira* di *Inspira TV*.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data pendukung atau pelengkap dari data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diantaranya adalah buku-buku, karya ilmiah, jurnal, internet dan sumber-sumber lain yang ada relevansinya terhadap penelitian ini.

1.6.5 Informan

Merujuk pada pendapat Dukes dalam Creswell (2014:122) yang menyatakan informan dalam penelitian berjumlah 3 sampai 10 orang, untuk itu peneliti menentukan 3 informan yang akan dijadikan objek penelitian ini. Penulis mewawancarai 3 informan untuk menjadi sumber data primer, sumber data primer ini dihasilkan dari proses wawancara.

Dalam mentukan informan peneliti menggunakan teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel secara sengaja, yaitu peneliti menentukan sendiri informan dan tidak diambil secara acak”, (Sugiyono, 2009:61).

Dalam purposive sampling, teknik penentuan pemilihan subjeknya berdasarkan ciri yang memiliki korelasi erat dengan ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Artinya sample yang dihubungi harus sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian (Margono, 2004:128).

Informan penelitian adalah orang yang memiliki informasi tentang objek penelitian dan meminta untuk memberikan informasi tentang objek penelitian. Pengumpulan informan yang wajar dengan persyaratan tertentu atau kriteria yang diperlukan. Informan yang dipilih untuk penelitian ini adalah staf administrasi, reporter, departemen berita, kru, produser program dan editor program Inspira News.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2009:57). Untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan maka kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan langkah dasar ilmu pengetahuan. Karena pada dasarnya ilmuwan akan bekerja berdasarkan fakta dan data yang diperoleh melalui observasi. Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti. Dalam hal ini, penulis melakukan observasi dan penelitian langsung di lingkungan kerja penyiar atau lokasi produksi program Inspira

untuk mengumpulkan dan mengambil data dari strategi penyebaran Berita Inspira.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab dua arah antara peneliti dengan narasumber untuk tujuan memperoleh informasi sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan. Narasumber yang dipilih pada penelitian adalah informan yang berkenaan langsung dengan kegiatan produksi *Inspira TV*, yaitu Asisten Produser, Produser News dan Pemimpin Redaksi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sendiri merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mencari data tentang suatu variabel tertentu baik berupa transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notuensi rapat, lengser, agenda dan catatan lainnya (Arikanto, 1999: 236).

1.6.7 Keabsahan Data

Teknik validitas data diperlukan untuk memverifikasi bahwa validitas data memang benar. Teknik yang digunakan peneliti untuk menentukan keabsahan data antara lain:

1. Memperluas Pengamatan

Menurut Jalaludin Rakhmat (2012: 270) berpendapat bahwa untuk memperluas observasi, peneliti harus melakukan observasi ulang. Dengan cara bertemu dengan narasumber yang mungkin sudah atau belum pernah

diwawancarai sebelumnya untuk membangun keakraban dan keterbukaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

Bahkan dapat dikatakan penelitian kualitatif ini memakan waktu lama bersama para informan di lapangan, karena untuk menggali data dari seorang informan butuh waktu lama hingga apa yang diinginkan terpenuhi.

Hal ini dilakukan agar data tersebut lebih kuat, relevan dan mampu mengatasi keraguan terhadap hasil pencarian yang dibuat. Jadi berikan waktu kepada informan untuk membuat data lebih pasti, lebih relevan, dan mungkin menghilangkan keraguan tentang setiap hasil studi.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan dalam melakukan pengamatan di lapangan digunakan untuk mendapat keabsahan data yang lebih akurat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terlebih dahulu melalui teknik pengumpulan data lewat panca indra manusia seperti pendengaran, penglihatan, perasaan dan insting. Dengan meningkatkan ketekunan pengamatan di lapangan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan keabsahan data.

3. Pengecekan Melalui Diskusi

Untuk menguji keabsahan data hasil penelitian maka dilakukan dengan pengecekan melalui diskusi dengan berbagai sumber terkait yang lebih memahami masalah yang dibahas dalam penelitian. Sehingga informasi yang dikumpulkan akan lebih banyak. Cara ini dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir untuk didiskusikan secara

analitis. Dalam diskusi tersebut bertujuan untuk menentukan kebenaran hasil penelitian dan menemukan solusi dari interpretasi dan klarifikasi melalui persepsi pihak lain. Penelitian ini mengutamakan pengecekan dengan diskusi bersama teman lain untuk bertukar informasi. Sebab dengan melakukan diskusi informasi yang didapat akan membantu memberi solusi bagi penelitian.

4. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan sesuatu yang lain. Selain data tersebut, untuk keperluan verifikasi atau perbandingan data tersebut. Teknik pemeriksaan silang yang umum digunakan adalah mendapatkan data dari sumber lain. Selain itu, dalam penelitian ini peneliti berusaha memverifikasi keabsahan data dengan menggunakan sumber berupa wawancara dan observasi serta dokumen yang diperoleh dari Inspira TV.

1.6.8 Analisis Data

Sugiyono (2005: 89) mengatakan analisis dalam penelitian apa pun adalah cara berpikir. Ini melibatkan pengujian sesuatu secara sistematis untuk menentukan bagian-bagian, hubungan antara bagian-bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan. Analisis mencari pola.

Analisis data sendiri adalah penyusunan hasil transkrip wawancara yang berbentuk material atau fakta lapangan yang sudah dikumpulkan. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis untuk dijadikan laporan. Analisis data juga disebut

dengan pengolahan data yang ada dan disebut data preparation atau data analisis (Arikunto, 1999: 209).

Nantinya temuan hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk yang runtut, detail dan mendalam. Karena untuk mengolah data penelitian memerlukan teknik analisis data yang didapat dari penjelasan secara deskriptif. Sehingga hasil deksriptif kualitatif akan berbentuk tulisan yang menggambarkan sesuatu menggunakan kata-kata secara runtut berdasar hasil di lapangan. Metode deskriptif yang dimaksud adalah metode non statistik dengan penyajian atau pola pikir dari umum ke khusus (Moleong, 2008: 10).

Ananlisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan mode Miles dan Huberman, dalam Sugiyono (2005: 91) menjelaskan bahwa dalam model tersebut ada 3 langkah yang harus dilakukan yakni:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Setelah melalui tahap pengumpulan data, selanjutnya peneliti menelaah informasi secara keseluruhan kemudian peneliti memisahkan informasi yang penting terkait dengan masalah penelitian untuk dikelompokkan sesuai dengan topik permasalahan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah terkumpul dan dikelompokkan tersebut kemudian disusun secara sistematis untuk mempermudah dalam penyusunan peneliti, sehingga peneliti dapat melihat dan menelaah komponen-komponen penting dari sajian data.

3. Verifikasi (*Verification*) dan Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini adalah tahap terakhir, setelah mengklarifikasi seluruh data maka selanjutnya melakukan penggambaran data sesuai dengan fokus penelitian. Dari gambaran yang dilakukan peneliti akan diperoleh hasil penelitian dan kesimpulan dalam menjawab fokus penelitian.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Peneliti berencana untuk melaksanakan penelitian ini mulai pada bulan Februari 2022.

Tabel 1. 2 Tabel Jadwal Rencana Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan				
	Februari 2022	Januari 2023	Februari 2023	Juli 2023	Agustus 2023
Ujian Proposal	✓				
Koordinasi dengan pihak Inspira TV		✓			
Mempersiapkan wawancara dengan pihak Inspira TV		✓			
Wawancara, Observasi dan Mengumpulkan dokumen			✓		
Penyusunan Skripsi			✓	✓	
Sidang Skripsi					✓