

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem pertelevisian di Indonesia semakin mengalami perubahan atau pergeseran dari sistem yang dulunya hanya didominasi pemerintah (TVRI) beralih ke sistem pertelevisian yang tidak hanya didominasi pemerintah, tetapi juga dikuasai oleh pihak-pihak lain sebagai pemilik, yang mengandalkan modal dan keuntungan. Dengan terjadinya pergeseran tersebut, maka dominasi siaran TVRI terhadap perhatian pemirsanya juga mengalami perubahan yaitu semakin berkurang dan semakin memudar, karena banyaknya siaran televisi swasta.¹

Padahal seharusnya kehadiran TVRI bisa menjadi siaran televisi alternatif bagi masyarakat yang sedang jemu menonton tayangan televisi yang kian hari semakin tidak mendidik dan semakin tidak terkontrol dalam penayangannya serta televisi saat ini penuh tipu muslihat dan sudah tidak netral karena adanya pihak-pihak yang berkepentingan. Hal tersebutlah yang akhirnya mencoreng wajah pertelevisian Indonesia, yang awalnya tayangan televisi penuh dengan tontonan informatif, edukatif, inspiratif dan bermanfaat, kini sarat akan tontonan yang merusak moral anak-anak bangsa dan mereka hanya mementingkan rating serta keuntungan belaka.

Melihat dari fenomena ketidaknetralan media televisi sekarang ini tentu kita sebagai masyarakat sangat berharap hadirnya sebuah televisi

¹ Irma Saktani. (2007). Sistem Peryiaran TV Indonesia (Studi Kasus TVRI JABAR dan Banten). Bandung : Kelir, cet 1. h. 445

atau *chanel* televisi tidak berpihak kepada kepentingan-kepentingan apapun. Dengan demikian informasi yang kita terima akan lebih terpercaya dan bisa lebih akurat. Hal ini disambut hangat oleh kelompok masyarakat atau organisasi yang kemudian mendirikan televisi komunitas. Dimana televisi berbasis kampus atau sekolah menjadi bagian dari televisi komunitas karena regulasi (undang-undang maupun peraturan pemerintah) tentang penyiaran di Indonesia hanya mengenal empat jenis lembaga penyiaran, yakni lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran berlangganan dan lembaga penyiaran komunitas.²

Hingga saat ini menurut Ismail telah ada 13 stasiun televisi komunitas yang telah mengantongi izin siar resmi. Keberadaan televisi komunitas semacam ini harapan Kominfo bisa membantu dalam menyebarkan informasi yang mendidik dan mencerahkan, serta memberdayakan komunitasnya.³

Munculnya televisi komunitas menjadi hal yang baru dalam dunia penyiaran di Indonesia. Televisi komunitas menjadi salah satu alternatif untuk dijadikan media tontonan mengingat televisi komunitas yang dalam kepemilikannya itu beragam serta isi ataupun program-program dari siarannya pun juga beragam. Melihat keberagaman program serta kepemilikan inilah masyarakat maupun kelompok tertentu bisa melakukan kontrol sendiri terhadap tontonannya. Dan lagi televisi komunitas tidak

² Hermanto, Budhi. (2007). *Televisi Komunitas: Media Pemberdayaan Masyarakat*. Dalam Jurnal Komunikasi Volume 2, Nomor 1. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

³ <https://kominfo.go.id> (diakses pada tanggal 28 Agustus 2019 pukul 10:14 WIB)

bisa menayangkan atau memberikan informasi yang menyimpang dari budaya, nilai maupun norma-norma yang berlaku.

Kehadiran Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK) memiliki semangat dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat komunitas akan materi penyiaran. Semangat ini setidaknya tercermin dari pasal-pasal dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran) yang juga mengatur masalah penyiaran komunitas. UU Penyiaran menyebutkan LPK merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.⁴

TV Kampus diharapkan dapat mendidik mahasiswa menjadi tenaga *broadcasting* televisi yang handal. Televisi kampus dapat menjadi tempat mengenal bagaimana standar produksi dan latihan untuk mengudara dengan level sederhana. Sebagai sebuah laboratorium, televisi kampus dapat dijadikan laboratorium kreatif dan produksi. Televisi kampus dapat menjadi “alat” perguruan tinggi untuk menyampaikan visi dan misinya. Selain itu juga menjadi “jembatan” bagi masyarakat untuk mengetahui kehidupan kampus, dengan begitu masyarakat akan menyadari bahwasannya kampus itu bukan milik kalangan tertentu, akan tetapi milik bersama. Sudah saatnya mewujudkan televisi kampus di lingkungan

⁴ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 21 ayat (1).

sekitar, di tengah gencarnya acara televisi-televisi saat ini yang minim program yang bersifat edukatif. Perlu dikerahkan semua elemen yang ada untuk mewujudkannya.

Beberapa Universitas yang ada di Palembang saat ini sudah memiliki stasiun TV sendiri, meskipun beberapa masih melakukan *streaming*. Diantaranya Bina Darma Televisi (B-TV), Stisipol Candradimuka Palembang dengan CandradimukaTV, dan tak kalah dengan kampus lain Universitas Islam Negeri Raden Fatah juga mendirikan televisi berbasis kampus yaitu RAFA TELEVISI. Berdirinya televisi komunitas yang berbasis kampus biasanya digunakan sebagai media pembelajaran sekaligus raktik bagi para mahasiswa.

Secara sumberdaya, televisi komunitas yang berada di kampus relatif lebih mapan karena adanya kesiapan suatu sarana dan dana yang cukup dari kampus bahkan pemerintah. Sama halnya didirikannya televisi komunitas seperti RAFA TELEVISI sudah berdiri sejak tahun 2017 dan sampai saat ini masih terus aktif. RAFA TELEVISI sering ikut serta dalam hal kegiatan yang ada di kampus UIN Raden Fatah yang dimana RAFA TELEVISI melakukan peliputan atau melakukan *live streaming* terhadap acara tersebut. RAFA TELEVISI dalam penyiarannya ditayangkan melalui *Youtubanya* sendiri. Pada *chanel youtube* inilah RAFA TELEVISI memberikan informasi-informasi mengenai seputaran kampus UIN Raden Fatah. RAFA TELEVISI juga melakukan *Live Streaming* pada saat acara-acara resmi kampus.

Program-program yang terdapat di *chanel* youtubenanya adalah KURMA (Kuliah Ramadhan), BISA (Bincang Santai),Rafa News dan *Live Streaming*. Adapun jumlah *subscriber* RAFA TELEVISI yaitu 4,7rb *subscriber*. Dilihat dari jumlah *subscriber* serta *viewers* beberapa tayangan yang ada di *chanel* tersebut terbilang masih sedikit itu artinya masih banyak mahasiswa yang belum melihat informasi yang disampaikan di *chanel youtube* tersebut dan bahkan masih ada mahasiswa yang tidak mengetahui adanya RAFA TELEVISI di kampus UIN Raden Fatah. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan agar RAFA TELEVISI bisa lebih maju dan berkembang lagi, bukan hanya dilingkungan kampus tetapi ditengah masyarakat luas. Untuk itulah penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul. **“Pelaksanaan Strategi Pengembangan Televisi Komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana Pelaksanaan Strategi Pengembangan Televisi Komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui Pelaksanaan Strategi Pengembangan Televisi Komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan supaya dapat masuk kedalam ranah komunikasi serta bisa menambah wawasan dan pengetahuan bagaimana cara sebuah organisasi dalam hal ini RAFA TELEVISI bisa melakukan pengembangan agar organisasi tersebut bisa terus bertahan dan berkembang dilingkungannya.

2. Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat berguna kepada UIN khususnya, pengelola atau manajemen tv serta untuk memenuhi persyaratan jenjang strata (S1) dengan mengaplikasikan keilmuan yang di dapat selama perkuliahan. Dan agar bisa menjadi referensi bagi mahasiswa-mahasiswi lainnya yang juga akan melakukan penelitian. serta diharapkan RAFA TELEVISI untuk terus melakukan pengembangan–pengembangan yang lebih baik lagi agar bisa terus bertahan dan berkembang sebagai televisi komunitas.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan gambaran pembeda dari hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terhadap karya tulis ilmiah orang lain, yang berkaitan dengan topik dan kajian yang diteliti. Berikut ini beberapa penelitian yang dilakakukan sebelumnya, guna mencari perbedaan dari hasil yang didapatkan.

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti/ tahun. Judul Penelitian. Judul Hasil Riset	Metode	Teori	Hasil
1.	Fitri Murfianti/ 2014. Dalam Jurnal Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas ISI Surakarta Volume 6 No. 2 Desember. Perencanaan Strategis Pengembangan Tv Kampus ISI Surakarta Sebagai Televisi Seni Dan Budaya	Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks SWOT Matriks QSPM	-	Menunjukkan bahwa televisi kampus ISI TV secara internal lemah dan tidak responsif baik untuk peluang maupun ancaman yang ada di industri. Karena itu, tindakan strategis yang dapat melibatkan dua aspek penting termasuk meningkatkan manajemen dan Peremajaan Perangkat Keras. Manajemen Rekayasa Ulang dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada sesuai dengan deskripsi pekerjaan, meningkatkan jumlah manajemen sumber daya manusia di TV ISI, merekrut lebih banyak siswa untuk bergabung dengan ISI TV, melakukan pendekatan ke semua unit di ISI TV, membentuk kurator, bekerja dengan TV dengan kabel lain atau televisi lokal, membangun kemitraan dengan agen ketiga untuk mendukung pendanaan kegiatan program. Tindakan strategis dalam peralatan peremajaan, misalnya, meminta mereka untuk membantu pendanaan pembelian peralatan ke yayasan asing; dan membangun kerja sama dengan universitas asing juga membuat stasiun televisi lebih maju secara teknologi.
2.	Ahmad Tamamy. Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2011). Program Dakwah Islam di Televisi Komunitas Palmerah	Metode kualitatif, dengan desain analisis data deskriptif	Teori <i>Uses and gratifications</i> (kebutuhan dan kepuasan)	Disimpulkan bahwa program dakwah islam yang ada ditelevisi komunitas Palmerah (PAL TV) yaitu liputan-liputan acara islam yang ada wilayah komunitasnya, tayangan murotal al-quran dan jazirah nabi

3.	<p>Ernis Suryani Raufli. (2014) dalam Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas Padang.</p> <p>Strategi Padang Tv Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Tv Lokal</p>	Deskriptif Kualitatif	Teori Ekologi media oleh Dimmick dan Rothenbuhler	<p>Menunjukkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Padang TV menjalankan berbagai strategi diantaranya, 1) Melakukan strategi program TV, 2) Melakukan <i>segmentasi</i>, <i>targetting</i>, dan <i>positioning</i> dalam merebut pasar audien, 3) Pemanfaatan teknologi internet (media baru), 4) Memperbanyak <i>event-event</i> dan program-program <i>off air</i> serta membentuk komunitas penonton. 5). Memperbanyak event-event dan program-program <i>off air</i>, 6). Membentuk komunitas penonton TV, 7). Melakukan strategi pemasaran program, 8). Mendirikan TV anak jaringan di daerah lain 9). Dan hal yang juga sangat berpengaruh terhadap eksistensinya Padang TV karena Padang TV berada di bawah naungan Jawa Pos Group yang merupakan korporasi media terbesar di Indonesia.</p>
4.	<p>Novia Azalea Wahyuni (2018). Skripsi Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas UIN Raden Fatah Palembang</p> <p>Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal</p>	Kualitatif	Teori Ekologi Media Oleh Dimick Dan Rohtenbuhler	<p>Menunjukan strategi-strategi yang dilakukan Sriwijaya TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal antara lain : melakukan strategi program (melakukan perencanaan program, memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan programnya, melakukan strategi dalam produksi dan pembelian program, menempatkan jadwal program yang sesuai dengan kebiasaan penonton, serta melakukan pengawasan dan evaluasi program , melakukan <i>segmentasi</i>, <i>targeting</i> dan <i>positioning</i> dalam merebut pasar audien (melakukan <i>segmentasi</i>, memilih target penonton dan membangun persepsi penonton melalui <i>tagline</i>), melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan programnya (bekerja sama dengan pemerintah dan swasta, mengadakan <i>event-event</i> dan kegiatan <i>off air</i>) dan melakukan strategi SDM dalam pengembangan SDM Sriwijaya TV (memberikan kesempatan karyawan Sriwijaya TV untuk menyumbangkan ide, memberikan <i>reward</i> dan <i>punishment</i></p>

				kepada karyawan Sriwijaya TV dan memberikan pelatihan kepada karyawan Sriwijaya TV).
5.	Ahmad Markalis 2016. Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam (Kpi) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Strategi Komunikasi Simpang5 Tv Dalam Mengembangkan Program-Program Dakwah	kualitatif deskriptif	-	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program-program dakwah yang ditayangkan Simpang5 TV pada tahun 2016 ada tujuh yaitu; “Ngaji Bareng NU, Keliling Pesantren, Tausiah, Kultum, Musik & Dakwah , Wak Kaji Show, Mutiara Hadist”.

Sumber : Dikelolah oleh peneliti

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fitri Murfianti (2014) dalam jurnal yang berjudul Perencanaan Strategis Pengembangan TV Kampus Isi Surakarta Sebagai Televisi Seni Dan Budaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa televisi kampus ISI TV secara internal lemah dan tidak responsif baik untuk peluang maupun ancaman yang ada di industri. Karena itu, tindakan strategis yang dapat melibatkan dua aspek penting termasuk meningkatkan manajemen dan Peremajaan Perangkat Keras. Manajemen Rekayasa Ulang dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada sesuai dengan deskripsi pekerjaan, meningkatkan jumlah manajemen sumber daya manusia di TV ISI, merekrut lebih banyak siswa untuk bergabung dengan ISI TV, melakukan pendekatan ke semua unit di ISI TV, membentuk kurator, bekerja dengan TV dengan kabel lain atau televisi lokal, membangun kemitraan dengan agen ketiga untuk mendukung pendanaan kegiatan program. Tindakan

strategis dalam peralatan peremajaan, misalnya, meminta mereka untuk membantu pendanaan pembelian peralatan ke yayasan asing; dan membangun kerja sama dengan universitas asing juga membuat stasiun televisi lebih maju secara teknologi.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Tamamy (2011) dalam skripsi yang berjudul Program Dakwah Islam Di Televisi Komunitas Palmerah. Hasil dari penelitian dapat Disimpulkan bahwa program dakwah islam yang ada ditelevisi komunitas Palmerah (PAL TV) yaitu liputan-liputan acara islam yang ada wilayah komunitasnya, tayangan murotal al-quran dan jazirah nabi. Dan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *uses and gratifications* (kepuasan dan kebutuhan).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ernis Suryani Raufli (2014) dalam skripsi yang berjudul Strategi Padang Tv Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Tv Lokal. Hasil dari penelitian dapat menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Padang TV menjalankan berbagai strategi diantaranya, 1. Melakukan strategi program TV, 2. Melakukan *segmentasi, targeting, dan positioning* dalam merebut pasar *audiens*, 3. Pemanfaatan teknologi internet (media baru), 4. Memperbanyak *event-event* dan program-program *off air* serta membentuk komunitas penonton. 5. Memperbanyak *event-event* dan program-program *off air*, 6. Membentuk komunitas penonton TV, 7. Melakukan strategi pemasaran program, 8. Mendirikan TV anak jaringan di daerah lain, 9. Dan hal yang juga sangat berpengaruh terhadap eksistensinya Padang TV karena Padang TV berada di

bawah naungan Jawa Pos Group yang merupakan korporasi media terbesar di Indonesia.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Novia Azalea Wahyuni (2018). Dalam skripsi yang berjudul Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal. Teori yang digunakan yaitu teori ekologi media dan hasil dari penelitian ini menunjukan strategi-strategi yang dilakukan Sriwijaya TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal antara lain : melakukan strategi program (melakukan perencanaan program, memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan programnya, melakukan strategi dalam produksi dan pembelian program, menempatkan jadwal program yang sesuai dengan kebiasaan penonton, serta melakukan pengawasan dan evaluasi program , melakukan *segmentasi*, *targeting* dan *positioning* dalam merebut pasar audien (melakukan *segmentasi*, memilih target penonton dan membangun persepsi penonton melalui *tagline*), melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan programnya (bekerja sama dengan pemerintah dan swasta, mengadakan *event-event* dan kegiatan *off air*) dan melakukan strategi SDM dalam pengembangan SDM Sriwijaya TV (memberikan kesempatan karyawan Sriwijaya TV untuk menyumbangkan ide, memberikan *reward* dan *punishment* kepada karyawan Sriwijaya TV dan memberikan pelatihan kepada karyawan Sriwijaya TV).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Markalis (2016). Dalam skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Simpang5 Tv Dalam Mengembangkan Program-Program Dakwah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program-program dakwah yang ditayangkan Simpang5 TV pada tahun 2016 ada

tujuh yaitu; “Ngaji Bareng NU, Keliling Pesantren, Tausiah, Kultum, Musik & Dakwah , Wak Kaji Show, Mutiara Hadist”.

Berdasarkan dari lima penelitian terdahulu diatas peneliti melihat ada persamaan dan perbedaan dalam kajian taua pembahasan yang diambil penelitian. dan penelitian yang berjudul Pelaksanaan Strategi Pengembangan Televisi Komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang dengan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat pada judul penelitian, objek penelitian, lokasi yang dijadikan tempat penelitian juga berbeda. Serta hasil yang dicapai dari masing-masing penelitian tentunya berbeda.

F. Kerangka Teori

Dunia pertelevisian sangat erat kaitannya dengan komunikasi, karena televisi merupakan salah satu media untuk berkomunikasi. Kita bisa mendapatkan informasi dari televisi, artinya televisi bertindak sebagai komunikator, informasi sebagai pesanya, dan penontonnya adalah komunikan. Maka dari itu televisi ini telah berfungsi sebagai media komunikasi. Karena komunikannya bukan hanya terdiri dari sekelompok atau organisasi saja melainkan dilihat oleh khalayak sehingga televisi digolongkan masuk ke dalam media yang menghubungkan antara narasumber dengan massa yang disebut dengan media komunikasi massa.

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) di sini adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat

kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditunjukkan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan yang banyak, tersebar dalam area geografis yang luas, namun mempunyai perhatian dan minat isu yang sama. Karena itu agar pesan dapat diterima serentak pada waktu yang sama, maka digunakan media massa. Dalam tataran komunikasi ini, komunikator dan komunikan serta antarkomunikan relatif tidak saling kenal secara pribadi, anonim dan sangat heterogen. Dalam komunikasi massa, umpan balik relatif-relatif tidak ada atau bersifat tunda. Komunikator cenderung sulit mengetahui umpan balik komunikan dengan segera. Untuk mengetahuinya, maka biasanya harus dilakukan survei atau penelitian.⁵

2. Televisi Komunitas Sebagai Salah Satu Media Komunikasi Massa

Televisi merupakan salah satu bentuk media sebagai alat komunikasi massa. Dan televisi komunitas juga sebagai media komunikasi massa hanya saja jangkauannya terbatas. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak.

⁵ Candra Dermawan.(2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Palembang : Grafika Telindi Press. h. 124-125.

Televisi Komunitas merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalyak.

3. Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah suatu proses dari perubahan berencana terhadap orang-orang yang ada dalam suatu organisasi secara keseluruhan. Pusat perhatiannya adalah perubahan organisasi dengan meneliti orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut. Mengenai bagaimana mereka bekerjasama sebagai suatu kesatuan, bagaimana berfungsi dalam unit mereka masing-masing dan apa yang perlu diubah sehingga mereka dapat bekerja secara lebih efektif.

Rumusan yang lebih jelas dikemukakan oleh Richard Beckhard, ialah pengembangan organisasi adalah suatu perubahan berencana, suatu usaha menyeluruh yang memerlukan dukungan dari puncak pimpinan, yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan berbagai tehnik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku.

Jadi pengembangan organisasi merupakan suatu perubahan berencana bukan perubahan yang tidak terkendalikan yang memerlukan dukungan puncak pimpinan dengan perubahan demikian diharapkan efektifitas organisasi secara keseluruhan dapat

ditingkatkan bukan hanya efektivitas unit-unit organisasi atau efektifitas perseorangan saja.⁶

a. Tujuan Pengembangan Organisasi

Sebagaimana telah dikemukakan secara umum, tujuan pengembangan organisasi adalah untuk meningkatkan efektifitas organisasi secara keseluruhan. Untuk mencapainya beberapa cara sebagai berikut:

1. Meningkatkan keharmonisan hubungan kerja antara pimpinan dengan staff anggota organisasi
2. Meningkatkan kemampuan memecahkan persoalan organisasi terbuka
3. Peningkatan keterbukaan dalam berkomunikasi
4. Peningkatan semangat kerja para anggota organisasi dan juga kemampuan mengendalikan diri sendiri⁷

4. **Teori Pengembangan Organisasi oleh Sondang P. Siagian.**

Tiga Pendekatan Dasar

Permasalahan apa pun yang di hadapi oleh suatu organisasi, jalan keluarnya biasanya dapat ditemukan dengan menggunakan salah satu atau kombinasi lebih dari satu pendekatan dasar yang dikenal dengan Pengembangan Organisasi, yaitu yang bersifat struktural,

⁶ Adam Ibrahim (2009). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Sinar Baru Algensido. h. 244

⁷ *Ibid.* h. 245

teknikal dan keperilakuan atau pendekatan yang terfokus pada unsur manusia dalam organisasi.

1. *Intervensi Struktural*. Kecenderungan yang jelas terlihat dewasa ini dan yang diperkirakan akan terus berlanjut di masa yang akan datang ialah bahwa organisasi yang diinginkan adalah yang makin bersifat "organik" dan egalitarian. Berarti pandangan yang pernah dominan yang menegaskan bahwa organisasi yang piramidal dan hierarkis adalah baik tampaknya semakin ditingalkan karena organisasi yang organik dan egalitarian per defisi adalah organisasi yang semakin "datar".⁸
2. *Introduksi Sistem Imbalan Baru*. Para konsultan PO biasanya menganut pandangan bahwa perilaku seseorang merupakan fungsi dari konsekuensi perilaku tersebut. Misalnya di masa lalu banyak organisasi yang memberikan imbalan kepada pekerja di bidang produksi semata-mata berdasarkan jumlah jam pekerja tersebut tanpa dikaitkan dengan tingkat produktivitasnya.
3. *Mengubah Kultur Organisasi*. Semua orang yang pernah dan mau terlibat dalam kegiatan PO mengetahui bahwa setiap organisasi menumbuhkan dan memelihara kultur organisasi tertentu yang khas bagi organisasi tersebut, meskipun biasanya dikatakan bahwa kultur suatu organisasi merupakan "sub culture" dari budaya yang dianut oleh masyarakat luas, bahkan mungkin pada

⁸ Sondang P. Siagian. (2012). Teori Pengembangan Organisasi, Jakarta : Bumi Aksara. Hal. 110-112

tingkat bangsa dan negara. Para teoritis dan praktisi manajemen pada umumnya sependapat dengan pandangan yang mengatakan bahwa kultur organisasi adalah persepsi yang sama yang dimiliki oleh para anggota organisasi tentang makna kehidupan bersama dalam suatu sistem organisasi. Dimaklumi benar bahwa ada organisasi yang kulturnya kuat, tetapi ada pula yang kulturnya lemah.

4. Televisi Komunitas

Televisi komunitas sebagai media komunitas yang memiliki pengertian yang sama dengan media massa konvensional (surat kabar, majalah dan media elektronik (radio dan televisi). Hanya saja sasaran audiensnya yang hanya terbatas pada komunitas tertentu atau masyarakat tertentu. Kemunculan televisi komunitas di Indonesia tidak terlepas dari proses kritik terhadap keberadaan berbagai televisi di Indonesia itu sendiri. Dimana stasiun televisi sebagai media masif yang efektif ternyata tidak mencerahkan kehidupan masyarakat. Sebagian besar program siaran yang ditayangkan tidak mendidik dan jauh dari realitas kehidupan sosial masyarakat kita.⁹

a. Fungsi Televisi Komunitas

Televisi komunitas hadir untuk memberikan alternatif informasi dan hiburan bagi khalayak pemirsa di komunitasnya.

Jika industri penyiaran melalui televisi swasta mendefinisikan

⁹ Atie Rachmiatie. (2007). *Radio Komunitas : Eksalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekartama Media. h. 41-42.

khalayak pemirsa televisi hanya sebagai objek pasif yang menerima apa yang di sampaikan. Dimana khalayak diposisikan tidak punya kuasa dalam relasi kapitas media mainstream, maka televisi komunitas kebalikanya, sebagai media non komesial, ia menempatkan warga komunitas (khalayak penonton) sebagai produser yang memiliki kuasa atas segala informasi dan hiburan yang dibutuhkan warga komunitas itu sendiri. Wacana pentingnya televisi komunitas sebagai perwujudan demokratisasi penyiaran.

1. Televisi komunitas diharapkan menyuarakan kepentingan dan kebutuhan warga dalam geografis tersebut, baik televisi berbasis warga, maupun televisi sekolah/kampus.
2. Isi siaran tv komunitas pada intinya membebaskan manusia dari keterasingan sebagai konsekuensi logis dari tekanan kapitalisme. Dengan kaitan ini, kehadiran media komunitas diharapkan dapat digunakan untuk menyambung kembali relasi sosial dalam lingkungan komunitas.
3. Televisi komunitas membutuhkan dedikasi karena tidak berorientasi mencari keuntungan. Modal utama bagi televisi komunitas adalah partisipasi masyarakat atau dalam hal ini mahasiswa di kampus itu sendiri. Sehingga program siaran televisi komunitas merepresentasikan, merefleksikan sekaligus melibatkan komunitas, bukan perorangan. Televisi

komunitas juga harus bertanggung jawab atas produk yang diproduksi.

4. Pengembangan jaringan. Untuk mewujudkan harapan sebagaimana terurai pada point atas. Televisi komunitas perlu mengembangkan jaringan kerja sama dengan berbagai pihak. Khususnya untuk penguatan kapasitas baik keterampilan maupun pengetahuan bagi para pengelola televisi komunitas.¹⁰

G. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah satu usaha atau proses untuk mencari jawaban atau satu pertanyaan atau masalah dengan cara sabar, hati-hati, terencana, sistematis atau dengan cara ilmiah dengan tujuan untuk menemukan fakta-fakta atau prinsip-prinsip, mengembangkan dan menguji kebenaran ilmiah suatu pengetahuan.¹¹

1. Pendekatan/Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah Metode penelitian data kualitatif. Dimana metode kualitatif adalah kumpulan informasi deskriptif yang dikonstruksikan dari percakapan atau dalam bentuk naratif berupa kata-kata. Data kualitatif diperoleh dari transkrip wawancara, catatan observasi, catatan harian, transkripsi audio atau

¹⁰*Ibid.*

¹¹ Jusuf Soewandji. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media. h. 11.

video dan catatan dokumen atau laporan.¹² Berdasarkan pendapat di atas bahwa data kualitatif dapat diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis, diskusi, atau observasi. Data kualitatif berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek yang akan diteliti. Dan jika dilihat oleh penulis bahwa penelitian ini dirasa cocok jika menggunakan penelitian kualitatif.

2. Data dan Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari lapangan. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini yaitu ketua laboratorium, produser RAFA TELEVISI, ADPRO RAFA TELEVISI tim kreatif dan orang-orang yang terlibat dalam proses pengembangan RAFAH TELEVISI itu sendiri.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Dan bisa dijadikan sebagai data pendukung dari data primer. Data sekunder dapat berupa dokumentasi, catatan dan bukti serta laporan historis. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu dari hasil penelitian skripsi terdahulu, jurnal, web yang berkaitan dengan judul, dari buku-buku dan lain sebagainya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan

¹² Muhammad Yaumi dan Muljono Damopolii. (2016). *Action Research (Teori, Model, dan Aplikasi)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group. h. 101.

untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung dengan penuh perhatian dan merekam secara sistematis apa yang dilihat dan didengar.¹³ Dalam hal ini observasi yang dilakukan peneliti yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan mendatangi laboratorium RAFA TELEVISI dan melihat bagaimana pelaksanaan strategi pengembangan televisi komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang dan juga mengamati *youtube chanel* RAFA TELEVISI program-program apa saja yang ada di *chanel youtube* tersebut.

2. Wawancara

Metode wawancara yaitu pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung dengan beberapa pihak diantaranya adalah ketua laboratorium RAFA TELEVISI, Produser, Adpro, Tim kreatif serta admin yang *menghandle* sosial media instagram dan youtube yang masing-masing mempunyai peranan dan tanggungjawab yang berhubungan langsung dengan pengembangan RAFA TELEVISI itu sendiri.

¹³ *Ibid.* h. 112.

3. Dokumentasi

Suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber sumber dokumen yang terkait. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik. Digunakan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Laboratorium RAFA TELEVISI yang terdapat pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Lantai 4 UIN Raden Fatah Palembang. Peneliti memilih lokasi ini karena memang sesuai dengan permasalahan yang membahas mengenai Pelaksanaan Strategi Pengembangan Televisi Komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang.

5. Teknik Analisis Data

Menganalisis data penelitian merupakan suatu langkah yang sangat kritis, apakah menggunakan data statistic atau non statistic.¹⁴ Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam teori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.¹⁵ Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara berkesinambungan

¹⁴ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (2009). Bandung : Alfabeta., h. 11

¹⁵ Meleong. (2004). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.,h. 280

dari awal sampai akhir penelitian, baik dilapangan maupun diluar lapangan dengan mempergunakan teknik seperti yang dikemukakan oleh Miles dan huberman:¹⁶

- a. Reduksi data, yaitu bentuk analisis data yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar sistematis serta memilih data-data yang relevan yang sesuai dengan masalah penelitian.
- b. Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan.
- c. Kesimpulan, Data yang sudah di peroleh kemudian disusun secara sistematis setelah itu disimpulkan sehingga makna data dapat ditemukan.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah peneliti dalam menulis dan membahas serta menyusun penelitian ini, maka perlu adanya sistematika penulisan dan penyusunan terlebih dahulu secara menyeluruh berdasarkan garis besar penulisannya. Penelitian ini terdiri dari empat bab antara lain.

Bab 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab pertama yakni pendahuluan, peneliti memaparkan beberapa hal yang melatarbelakangi kegiatan peneliti tersebut, yakni terkait dengan pentingnya mengangkat suatu masalah untuk

¹⁶ Mattew B. Miles dan A. Michael Huberman, (1992). *Analisis Data Kualitatif* (terj. Tjejep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI-Press,. h.19-19.65

diteliti. Setelah itu peneliti juga perlu menuliskan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan kegunaan atau manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : GAMBARAN UMUM LOKAS PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan secara rinci mengenai lokasi dari objek yang diteliti. Dan penelitian ini dilakukan di sebuah Laboratorium Televisi Komunitas yang berada dibawah naungan UIN Raden Fatah Palembang dan dikelola oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi yaitu RAFA TELEVISI.

Bab III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penulisan bab ini didasarkan pada pernyataan penelitian yang sudah dituliskan dalam bagian pendahuluan semua yang ditulis dalam rumusan masalah harus dijawab pada bagian ini.

Bab IV : PENUTUP

Pada bagian ini merupakan bab terakhir yang menyajikan hasil akhir dari penelitian berupa kesimpulan yang didapat oleh peneliti dari hasil penelitian mengenai bagaimana pelaksanaan strategi pengembangan televisi komunitas RAFA UIN Raden Fatah Palembang. Serta ditulis juga saran-saran yang membangun terhadap pihak yang dilakukan penelitian.