

STRATEGI PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN EKISTENSI PROGRAM OUTLOOK DI MEDIA LOKAL KEMUNING TV KARAWANG

Hanugrah Bintara Yuko
hanugrahbiyu@gmail.com
Umaimah Wahid
umaimah.wahid@budiluhur.ac.id
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

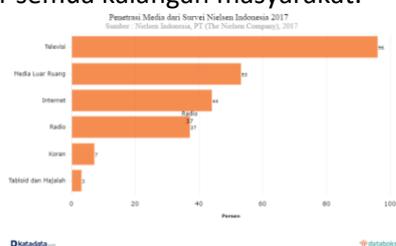
Abstract

Local television is a source of local news information that is relied on by the surrounding community. However, to maintain existence in the midst of competition in television companies, producers must have a specific strategy. This study aims to find the strategy of the producer of the news program "Outlook" in the local television media "Kemuning TV Karawang" to maintain its existence. It was an effort to answer the problem of producer strategy in maintaining the existence of Outlook news programs in local media Kemuning TV Karawang. This study uses the SWOT analysis theory proposed by Albert S Humphrey in 1960. The research paradigm used is the post-positivism paradigm with a qualitative approach, and a descriptive qualitative method. Data collection uses in-depth interviews and observation. While the subject of the research is the Outlook Kemuning TV news program producer, while the object is the Outlook Kemuning TV news program, this study found that the producer program strategy "Outlook" is to maximize the power of local news, current issues, and ideas from millennial generation to minimize weaknesses and limited resources, take advantage of the opportunities of advertising to avoid threats from competitors, use advertising and collaboration to maximize the resources needed, and increase the range of broadcasting power and resources needed to compete with competitors. The strategy is then used by producers to maintain the existence of the Outlook news program. News production strategy is inseparable from the stages to achieve success. If a television station wants to create a program, then there are steps that must be done and cannot be eliminated.

Keywords : Producer Strategy, Existence, SWOT Analysis, Qualitative Descriptive, Kemuning TV

1. Pendahuluan

Televisi merupakan salah satu media massa yang masih terpopuler dan sering menjadi sumber informasi yang digemari hampir semua kalangan masyarakat.



Gambar 1.1 Grafik Penetrasi Media

Hal ini tercermin dari survei Nielsen *Consumer Media View (CMV)* yang menunjukkan bahwa penetrasi televisi mencapai 96 persen. Di urutan kedua media luar ruang dengan penetrasi 53 persen,

internet (44 persen), dan di posisi ketiga radio (37 persen) (*Penetrasi Media Televisi Masih yang Tertinggi*, 2017, para. 1). Berdasarkan survei tersebut membuktikan bahwa televisi telah mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia dan masih banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut menimbulkan persaingan diantara stasiun televisi dan banyak stasiun televisi yang mulai bermunculan untuk berlomba-lomba menyajikan program-program unggulannya supaya menjadi favorit masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang (UU) No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran pada bab III pasal 14 (3) yang menyatakan bahwa di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan lembaga penyiaran publik lokal, sejak saat itu stasiun televisi lokal mulai

bermunculan dan turut ikut bersaing dengan televisi nasional.

Namun seiring dengan berlakunya undang-undang perizinan televisi lokal ternyata tidak dibarengi dengan perkembangan kualitas dan kuantitas yang ada. Banyak stasiun televisi lokal yang keberadaannya terancam karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dan modal, serta ketatnya persaingan televisi nasional yang semakin berkembang.

Sebagai stasiun televisi lokal pertama di kota Karawang, Kemuning TV menjadi salah satu media massa yang diandalkan sebagai sumber informasi oleh masyarakat di daerah Kabupaten Karawang yang memiliki penduduk berjumlah 2.127.791 jiwa, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (<http://sp2010.bps.go.id>) yang diakses pada tanggal 30 Mei 2020, pukul 21.35 WIB.

Kemuning TV adalah sebuah stasiun pertelevisian swasta yang hak siarnya melingkupi daerah Karawang – Subang – Purwakarta. Kemuning TV telah mengudara sejak tahun 2014, walaupun masih berstatus uji coba pada channel 26 UHF (*ultra high frequency*). Seperti stasiun televisi lainnya di Indonesia, Kemuning TV memiliki program berita yang menjadi sumber informasi yang diandalkan oleh masyarakat Karawang yaitu program Outlook. Outlook merupakan program pertama dari Kemuning TV Karawang dan masih bertahan sampai sekarang.

Program televisi Outlook adalah program berita atau *news* yang membahas rangkaian informasi aktual seputar Karawang dan sekitarnya yang dikemas setiap hari. Hal ini menjadikan program Outlook sebagai sumber informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya bagi masyarakat Karawang dan sekitarnya. Program Outlook memiliki segmentasi C, D, dan E yang dimana segmentasi itu ditunjukkan untuk masyarakat menengah kebawah.



Gambar 1.2 Media Program Outlook Kemuning TV

Seorang penata program televisi harus memiliki strategi khusus untuk meningkatkan kualitas program acara tersebut, sehingga tetap dapat eksis dan bertahan. Mempertahankan eksistensi program Outlook bergantung pada tindakan yang dilakukan oleh produser. Perencanaan konsep, komunikasi tim, proses eksekusi dan publikasi menjadi hal yang penting bagi suatu program televisi seperti Outlook.

Bedasarkan latar belakang tersebut, peneliti sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dan membahas bagaimana strategi yang dilakukan oleh produser untuk mempertahankan program Outlook di Kemuning TV. Oleh sebab itu, penelitian ini akan berfokus pada strategi produser.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penggambaran secara kualitatif fakta, data, atau obyek material yang bukan berupa rangkaian angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wacana (apapun itu bentuknya) melalui interpretasi yang tepat dan sistematis. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Leksi S. Y. Ingguae, 2015:8).

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi.

2.1.1 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan yang diarahkan pada masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan muka. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan peneliti dan informan dalam interaksi sosial berkelanjutan.

Informan yang akan dipilih adalah orang yang terlibat langsung dalam kegiatan produksi program Outlook, serta memahami benar segala hal yang berkaitan dengan program tersebut. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan produser program Outlook di Kemuning TV, dan dua kru produksi dari program tersebut.

2.1.2 Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dapat membantu peneliti memikirkan suatu fenomena dengan mencatat apa yang mereka lihat secara langsung di lapangan (Daymon, C., & Holloway, 2010: 202).

Pengamatan merekam objek dengan fenomena sistematis yang diselidiki. Pengamatan dapat dilakukan sesaat atau dapat diulang. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif dengan jenis partisipasi aktif, yaitu dengan mengamati produser program Outlook dengan terlibat secara langsung dalam kegiatan dan aktifitas produser dalam produksi program Outlook. Selain itu, peneliti juga melakukan segala macam bentuk interaksi sosial dalam penelitian ini.

2.2 Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2013: 248), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data,

mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menumakan apa yang penting, dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, yang dapat membantu merumuskan strategi dengan sangat jelas untuk mewujudkan suatu tujuan dalam sebuah program melalui empat sisi, yaitu, *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Tanpa adanya analisis, sulit untuk merumuskan strategi yang tepat. Strategi tersebut dikembangkan berdasarkan hasil analisis SWOT. Untuk mencapai keberhasilan dalam sebuah program, maka pahami dulu kekuatan dan kelemahan program tersebut.

3. Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti fokus terhadap program siaran berita "Outlook", yang merupakan program acara pertama dari Kemuning TV yang masih bertahan sampai sekarang. Outlook adalah nama dari program siaran berita Kemuning TV. Berita yang dihadirkan dalam program Outlook sebagian besar adalah berita-berita lokal. Hal tersebut membuat Kemuning TV menjadi media teraktual dan faktual dalam menyajikan berita di daerah Karawang dan sekitarnya.

3.1 Program Berita Outlook

Program Outlook adalah sebuah program berita sekaligus program pertama dari Kemuning TV Karawang yang mengudara sejak 2013 dengan kajian berita *hard news* dan *soft news* yang ditayangkan setiap hari pada pukul 07.00 WIB, 13.00 WIB, 19.00 WIB dengan durasi satu jam. Program Outlook menyajikan berupa rangkaian informasi seputar Karawang dan sekitarnya yang membahas dan menayangkan berita terkini seputar berita lokal, berita kebudayaan, dan berita nasional maupun mancanegara.

3.2 Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang dihimpun dari Laporan Survei Pemirsa Kemuning TV Karawang tahun 2019, menunjukkan bahwa 94% dari total jumlah penduduk Karawang menyatakan pernah menyaksikan *channel* Kemuning TV Karawang. Sedangkan, 6% dari sisanya belum pernah menyaksikan *channel* Kemuning TV Karawang. Adapun persentase pemirsa program Outlook di Kemuning TV menunjukkan bahwa 85% dari keseluruhan pemirsa *channel* Kemuning TV pernah menonton program tersebut, dan 15% belum pernah menonton.

Menurut FR. Sri Sartono (20 08: 160) diperlukan 3 manajemen produksi, ketiga langkah tersebut adalah Pra-Produksi, Produksi dan Pasca-Produksi.

3.2.1 Pra-Produksi

Tahapan awal suatu produksi, produser melakukan perencanaan dengan tim produksi untuk mendapatkan hasil yang maksimal, dan kreatifitas sangat dibutuhkan pada tahap ini.

1. Menentukan Tema

Produser beserta tim akan melakukan diskusi santai untuk menentukan tema berita apa yang akan dipilih serta mengembangkan konsep yang telah ada. Produser akan melakukan komunikasi interpersonal dengan anggota tim produksi yang termasuk dalam generasi milenial. Produser melakukan hal tersebut karena berpendapat bahwa generasi milenial memiliki pemikiran yang lebih kreatif serta kekinian untuk mendapatkan ide dan terobosan baru yang akan di realisasikan.

2. Mencari Narasumber

Setelah konsep berita telah ditentukan, selanjutnya tim akan mencari narasumber yang akan memberikan informasi terkait tema berita yang telah ditentukan, selanjutnya akan dieksekusi langsung oleh wartawan di lapangan.

3. Mengumpulkan data dan informasi

Produser mendapatkan data dan informasi dari para wartawan yang bertugas langsung di lapangan. Wartawan

akan melaporkan hasil temuan dan informasi melalui *email* yang telah didapatkan kepada tim program. Untuk memastikan kecepatan penyebaran informasi, produser selalu melakukan komunikasi dengan para wartawan melalui e-mail, telepon dan pesan singkat. Oleh karena itu, wartawan terus berkoordinasi dengan produser untuk memberi dan menerima informasi dengan cepat.

4. Penulisan Naskah

Naskah berita biasanya ditulis langsung oleh wartawan ketika memberikan bahan berita kepada tim program. Tim program akan melakukan editing naskah hanya jika diperlukan atau dalam keadaan genting.

3.2.2 Produksi

Tahap kedua, produser akan melakukan produksi dengan tim dengan proses produksi *Tapping Record*. Program Outlook disiarkan setiap hari pada pukul 07.00, pukul 13.00, dan pukul 19.00. Dikarenakan Kemuning TV memiliki beberapa program lainnya, namun Kemuning TV memiliki keterbatasan sumber daya manusia, maka program siaran berita "Outlook" selalu dilaksanakan dengan tahapan *Tapping Record* atau rekaman.



Gambar 4.3

Proses *Tapping Record* Program Outlook Kemuning TV

3.2.3. Pasca-Produksi

Tahap ketiga, produser melakukan pasca produksi:

1. Evaluasi Kualitas Produksi
Produser dengan tim produksi melakukan meeting internal untuk berdiskusi mengenai berita yang akan disiarkan. Jika terdapat kekurangan dalam berita tersebut, tim produksi akan melakukan revisi terutama pada berita *soft news*, sedangkan berita *hard news* biasanya akan langsung disiarkan secepat mungkin untuk mempertahankan kualitas kecepatan pada penyebaran informasi.
2. Editing
Apabila terdapat revisi pada berita yang akan disiarkan, tim produksi akan melakukan *editing* menggunakan Adobe Premiere. Editor akan memotong bagian yang tidak penting atau tidak layak disiarkan.

3.3 Pembahasan

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT oleh Albert S. Humphrey, mengemukakan tentang *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman).

3.3.1 Strengths (Kekuatan)

1. Berita kebudayaan lokal

Penilaian terhadap kualitas berita TV dapat ditinjau dalam beberapa aspek. Dalam hal ini McQuail (2010) mengajukan suatu kerangka kerja dalam memberikan penilaian terhadap kualitas media (*framework for assesment*), salah satunya adalah keragaman berita (McQuail, 2010:166). Berita kebudayaan lokal menjadi ciri khas tersendiri bagi program Outlook. Sebagai media televisi lokal menjadikan Kemuning TV sebagai sumber informasi tercepat dan terakurat seputar Karawang dan sekitarnya bagi masyarakat di wilayah tersebut. Menyajikan berita-berita lokal dan berita-berita kebudayaan dari Karawang dan sekitarnya menjadi salah satu strategi produser Outlook. Hal ini membuat para penonton merasa ikut terlibat dalam berita yang ditayangkan

karena memiliki keterikatan pengalaman dan wilayah dengan berita tersebut.

2. Mengangkat isu terkini

Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik (Suryawati, 2011:67). Berita yang disajikan merupakan berita terbaru yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Produser selalu menyajikan berita yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat, hal tersebut dapat menarik minat target audience dan menjadikan program Outlook Kemuning TV Karawang sebagai sumber informasi tercepat dan ter-akurat.

3. Memiliki tim dari generasi milenial

Generasi milenial dipandang memiliki kreatifitas dan ide-ide yang kekinian, serta dapat melakukan trobosan-trobosan baru. Hal ini juga dipandang demikian oleh sang produser program Outlook di Kemuning TV Karawang. Produser "Outlook" sering melakukan diskusi dengan rekan kerja yang masuk dalam generasi milenial. Menurut Suprpto, T. (2006), salah satu tugas produser yaitu menentukan tim kreatif, yang dinilai dapat memberikan trobosan baru dan konsep-konsep kekinian. Konsep dan ide tersebut dapat membuat program menjadi lebih menarik dan meningkatkan minat para penonton, sehingga program Outlook dapat selalu menjaga eksistensinya.

3.3.2 Weaknesses (Kelemahan)

1. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia)

Sebagai perusahaan media tentu saja sumber daya manusia menjadi hal yang sangat krusial, karena dalam dunia media industri, kreatifitas dan tenaga sangat dibutuhkan. Setiap karyawan di perusahaan media memiliki tugas dan perannya masing-masing, sesuai dengan keahlian dan latar belakang pendidikan. Hal tersebut sebagai cara untuk meningkatkan kualitas dari produksi itu

sendiri. Namun berbeda dengan yang terjadi di Kemuning TV, perusahaan televisi lokal ini hanya memiliki 2 orang karyawan dibagian program. Sehingga mereka harus melakukan rangkap kerja dan menambah jam kerja. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kinerja dan kualitas produksi program Outlook, karena Kemuning TV memiliki banyak program sementara sumber daya manusia nya terbatas. Terkadang mereka menyewa jasa profesional dari tempat lain atau menggunakan tenaga magang sebagai solusi dari kendala tersebut.

2. Keterbatasan Peralatan

Selain sumber daya manusia, hal penting yang menjadi faktor penunjang perusahaan media televisi adalah peralatan. Kemuning TV juga memiliki keterbatasan peralatan, oleh sebab itu tim produksi program menggunakan peralatan secara bergiliran atau memprioritaskan program yang akan tayang terlebih dahulu. Tentu ini menjadi kendala serius, sebab apabila peralatan tersebut bermasalah saat produksi, program yang selanjutnya akan terhambat.

3. Keterbatasan Daya Siar

Menurut Nurchayati, Z. (2017:70) televisi merupakan media massa yang dapat menembus jarak dan waktu, namun dalam hal ini, jarak menjadi keterbatasan. Daya siar yang dimiliki kemuning TV saat ini hanya berkisar 500 MHz. Sedangkan sebelumnya memiliki cakupan daya siar kurang lebih 4.500 MHz. Oleh karena itu, daya siar kemuning TV tidak maksimal. Daya pancar dapat membantu Kemuning TV untuk tetap eksis di masyarakat. Menurut produser "Outlook", daya pancar merupakan penunjang kualitas. Jika daya pancar telah mencapai maksimal, tentu saja eksistensi dari Kemuning TV juga akan meningkat, serta informasi berita yang disiarkan oleh program berita Outlook dapat tersebar merata ke seluruh penjuru Karawang dan sekitarnya.

3.3.3 Opportunities (Peluang)

1. Menjadi Sumber Berita Nomor Satu di Karawang

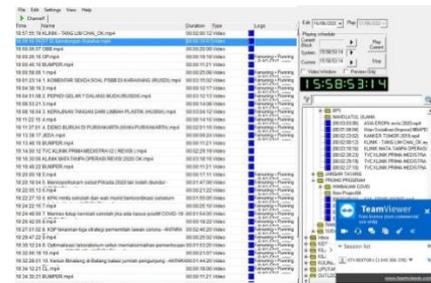
Sebagai satu-satunya program siaran berita di media televisi lokal Kemuning TV Karawang dapat memberikan peluang bagi program Outlook menjadi sumber berita nomor satu di Karawang. Hal tersebut juga dapat dilihat dari umpan-balik target audiencenya, dimana mereka akan lebih memilih menonton program siaran berita Outlook daripada media lainnya jika ingin mengetahui berita terkini seputar Karawang dan sekitarnya. Berdasarkan data laporan survei pemirsa Kemuning TV, alasan utama masyarakat menyaksikan program acara berita Outlook karena ingin mencari informasi tentang berita lokal Karawang.

2. Kolaborasi dengan Pengusaha Lokal di Karawang

Berada di kota yang memiliki kawasan industri yang besar membuat Kemuning TV Karawang memiliki peluang besar untuk melakukan kolaborasi dengan investor. Kolaborasi ini tentu dapat menguntungkan kedua belah pihak.

3. Periklanan dan Iklan Layanan Masyarakat

Seperti televisi pada umumnya, Kemuning TV juga menjadi media pilihan para pemasang iklan, terbukti dari data *Tele* Kemuning TV menunjukkan bahwa beberapa pengusaha lokal ikut serta dalam mempromosikan produk dan jasanya, serta pemerintah daerah tentang iklan layanan masyarakat. Para pemasang iklan dapat membantu meningkatkan kualitas sumber daya yang dibutuhkan oleh Kemuning TV. Maka dari itu, produser program Outlook memaksimalkan peluang dari para pemasang iklan.



Gambar 4.4 *Telegram Iklan Program Outlook Kemuning TV*

3.3.4 Threat (Ancaman)

1. Kompetitor

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang (Irham, 2013:260). Kemuning TV Karawang bukanlah satu-satunya media televisi lokal di Karawang. Ada beberapa media televisi lokal di Karawang seperti TV Berita dan Badar TV yang juga memiliki program siaran beritanya masing-masing. Dengan keterbatasan yang ada di Kemuning TV, bukan tidak mungkin hal tersebut akan menjadi sasaran oleh para kompetitor dalam berkompetisi merebut pasar. Tentu saja hal ini dapat mengancam eksistensi dari program Outlook. Maka dari itu, produser mengupayakan agar program Outlook selalu dapat berkembang dan bersaing dengan para kompetitornya.

Beberapa strategi yang dilakukan sang produser program Outlook, seperti melakukan diskusi (sharing) dengan para kompetitor. Hal tersebut dilakukan untuk membandingkan program siaran berita Outlook Kemuning TV Karawang dengan program siaran berita di televisi lain, serta dapat membantu memunculkan konsep baru yang belum pernah dilakukan oleh televisi lain. Cara yang efektif untuk merumuskan strategi adalah dengan meneliti sejumlah perusahaan kompetitor (Nisak, Z., 2013:4). Selain itu, produser Outlook juga melakukan kolaborasi dengan kompetitor dalam rangka mempertahankan eksistensi di lingkungan kompetitor. Strategi ini dapat menjadikan

program Outlook Kemuning TV Karawang selalu berada di depan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, peneliti memaparkan strategi yang dilakukan oleh Kemuning TV dalam menjaga eksistensi program berita Outlook, yaitu, dengan memaksimalkan kekuatan dari berita lokal, isu terkini, ide dari generasi milenial, dan peluang dari periklanan, serta mengurangi kelemahan dari keterbatasan sumber daya, dan menghindari ancaman dari kompetitor. Strategi tersebut kemudian dimanfaatkan produser untuk menjaga eksistensi program berita Outlook.

INTERNAL & EKSTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	Strategi S+O: Menggunakan berita lokal Karawang sebagai peluang untuk menjadi sumber berita andalan bagi masyarakat Karawang	Strategi W+O: Memanfaatkan periklanan dan kolaborasi untuk memaksimalkan sumber daya yang dibutuhkan
THREATS	Strategi S+T: Memanfaatkan terobosan ide dari generasi milenial untuk berkompetisi dengan kompetitor	Strategi W+T: Menambah jangkauan daya siar dan sumber daya yang dibutuhkan agar dapat berkompetisi dengan kompetitor

Tabel 4.2 *Strategi Produser Outlook Dengan Menggunakan Analisis SWOT*

Strategi tersebut membawa program Outlook Kemuning TV menjadi program acara berita yang disukai masyarakat karawang, hal ini dibuktikan dari data laporan survei pemirsa Kemuning TV yang menyatakan pernah menonton program Outlook dan memberikan penilaian terhadap program tersebut dengan

persentase 1,90% menyatakan tidak tertarik, 3,80% menyatakan kurang tertarik, 38,50% menyatakan cukup tertarik, 50% menyatakan

4. Simpulan

Strategi produksi berita atau *news* tidak terlepas dua faktor. Faktor yang pertama adalah tahapan produksi, faktor kedua adalah peranan setiap elemen didalamnya, termasuk sumber daya yaitu tim produksi dan tim kreatif yang terlibat didalamnya. Faktor pertama menyangkut tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Apabila suatu stasiun televisi ingin menciptakan sebuah program, maka tiga tahap tersebut tidak dapat dihilangkan. Seperti halnya dengan kegiatan produksi program Outlook. Hal ini dikarenakan ketiga tahap tersebut sangat berkaitan. Apabila terjadi hambatan pada saat pra-produksi berlangsung, maka akan membawa dampak juga terhadap tahapan-tahapan selanjutnya.

Faktor kedua menyangkut elemen-elemen yang terkait dengan ketiga tahapan dalam proses produksi, yaitu sumber daya manusia harus terlibat didalamnya. Keahlian, kemampuan, kreatifitas dalam menjalankan tugas menjadi kunci utama kelancaran tim. Sehingga proses produksi sangat bergantung pada kemampuan kru di masing-masing bidang dan juga konten yang disiapkan oleh tim kreatif.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, penelitian ini memaparkan strategi yang dilakukan oleh Produser dalam menjaga eksistensi program berita Outlook, yaitu, dengan memaksimalkan berita lokal Karawang sebagai peluang untuk menjadi sumber berita andalan bagi masyarakat Karawang, memanfaatkan periklanan dan kolaborasi untuk memaksimalkan sumber daya yang dibutuhkan, memanfaatkan terobosan ide dari generasi milenial untuk berkompetisi dengan kompetitor, dan menambah jangkauan daya siar dan sumber daya yang dibutuhkan agar dapat berkompetisi dengan kompetitor. Strategi

tertarik, dan 5,80% menyatakan sangat tertarik dengan program Outlook Kemuning TV.

tersebut kemudian dimanfaatkan produser untuk menjaga eksistensi program berita Outlook.

5. Saran

Hasil penelitian tentang Strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program berta "Outlook" di media lokal Kemuning TV Karawang, dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya khususnya dalam hal strategi produser program acara berita televisi lokal dan pengembangan media televisi pada umumnya, sebagai pemahaman tentang strategi produser dalam ruang lingkup televisi agar mendapat hasil yang sesuai dengan keinginan dan tujuan.

Dari pantauan pelaku kegiatan produksi dapat diambil kesimpulan bahwa mempertahankan kualitas dan kuantitas program dari hasil penelitian pada program Outlook, dapat ditingkatkan melalui dua aspek, yaitu aspek sumber daya manusia dan aspek jangkauan daya siar. Sumber daya manusia akan meningkatkan kualitas dan kuantitas sebuah program, karena setiap bagian pada produksi program televisi harus memiliki sumber daya manusianya sendiri. Contoh kecil yang bisa diterapkan, pada bagian *cameraman* harus terdapat minimal dua orang yang ahli dibidangnya, agar pergerakan visual pada saat tapping menjadi menarik dan dinilai sebagai media profesional oleh masyarakat, walaupun berstatus televisi lokal. Adapun aspek jangkauan siar yang menjadi tolak ukur keberhasilan program karena setiap Kecamatan atau Desa tepatnya yang berada di daerah Karawang, Subang, Purwakarta, masyarakat bisa menikmati tayangan-tayangan yang disajikan oleh Kemuning TV dan akan menjadi keuntungan bagi perusahaan melalui Iklan atau promosi yang pastinya akan memajukan Kemuning TV itu sendiri.

Dari dua aspek tersebut menunjukkan bahwa perkembangan perusahaan Kemuning TV terutama program Outlook akan maksimal jika kedua aspek tersebut dapat terpenuhi.

Daftar Pustaka

- Daymon, C., & Holloway, I. 2010. *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. London and New York: Routledge
- Ingguae, Leksi S.Y. 2015. *Tata Bahasa Rote*. Yogyakarta: Deepublish
- McQuail, Denis 2010. *McQuail's Mass Communication Theory 4th Edition*. London: Sage Publication
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodology Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurchayati, Z. (2017). Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa Dan Pengaruhnya. *JURNAL SOSIAL*, 16(2).

Website:

- <https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet> diakses pada tanggal 15 Oktober 2019, pukul 15:40 WIB
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi> diakses pada tanggal 15 Oktober 2019, pukul 16:10 WIB
- <https://www.kompasiana.com/hyashintaonen/552e199c6ea83414398b45ed/kekuatan-dan-kelemahan-televisi> diakses pada tanggal 20 Oktober 2019, pukul 13:50 WIB
- <http://datariset.com/olahdata/detail/data-primer-dan-sekunder> diakses pada tanggal 15 November 2019, pukul 19.25