

STRATEGI PR TVRI SUMUT DALAM MEMPROMOSIKAN MINAT MENONTON KAUM MILLENNIAL DALAM MENONTON SIARAN TVRI

Salsabila Padang^{*1}, Nurhanifah², Khoirunnisa Az-zahra³, Anisa Huwayna⁴,
Ahmad Ramadhani⁵, Ray Syam⁶, Muhammad Alfarizi⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Corresponding Author:
Email: zahratanjung066@gmail.com

Abstract.

TVRI is one of the state-owned television stations that still survives and operates today. The operation of the TVRI television station is not easy for the crew in the neighborhood itself. Especially for crews who are specifically in the public relations department or Public Relations. Public relations in this environment has a lot of challenges where in this era of digitalization, TVRI, which is almost left behind by its audience, is required to survive and operate by creating various public relations strategies to attract interest from its audience again. In this study, researchers found conflicts that occurred at TVRI North Sumatra, by finding these conflicts researchers used qualitative methods using an interview approach to find out more accurate and relevant information.

Keywords: TVRI, Public Relations, Millennials.

1. PENDAHULUAN

Public Relation atau sering disebut dengan humas saat ini lebih dihadapkan pada kebutuhan untuk dapat membuka diri, menerima masukan dan saran, berdiskusi untuk mencapai pemahaman yang optimal terhadap suatu masalah. Humas atau Humas bukan hanya sebagai corong di dalam perusahaan atau organisasi kepada publik, namun kini Humas sudah menjadi kebijakan yang menjadi penghubung atau kebijakan di dalam perusahaan. LPP TVRI sebagai organisasi atau perusahaan milik pemerintah yang bergerak di bidang pertelevisian harus mampu mengimbangi segala macam ancaman baik dari kemajuan teknologi maupun kemajuan era digitalisasi. TVRI memiliki status baru sebagai televisi publik. Status yang diharapkan mampu mengakomodir kepentingan umum dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan budaya dan jati diri bangsa. Peran sebagai penyiaran publik nonkomersial inilah yang harus dijalankan dengan sebaik-baiknya.¹ Televisi Republik Indonesia (TVRI) sebagai unit televisi milik negara merupakan yang pertama di dunia pertelevisian. Namun, di tengah maraknya stasiun TV swasta dan lokal, kehadiran TVRI sebagai televisi milik negara semakin berkembang. Fungsi Publik Relation dalam membangun hubungan yang positif. Setiap institusi yang tidak ingin organisasinya memudar atau gulung tikar harus menerapkan interaksi yang baik dengan setiap karyawan atau relasi.

Komunikasi dengan publik didukung dan dipelihara melalui manajemen hubungan masyarakat. TVRI harus siap atau memiliki berbagai teknik yang bisa menarik minat milenial karena sudah memiliki moniker “mendekati masa tua” yang dianggap sangat peduli terhadap keberadaannya. Tvri perlu memiliki berbagai strategi, tetapi mereka harus tetap mengikuti perkembangan zaman agar tidak basi. Ada kekhawatiran kelangsungan hidup TVRI sebagai lembaga pertelevisian akan membutuhkan sistem standar yang ketat mengingat situasinya saat ini. Kemajuan di era teknologi ini membuat kaum milenial cuek menonton televisi. Mereka cukup menggunakan gadgetnya untuk mencari berita dan berbagai

¹ Ratih Andry Kumala Sari, *Strategi Public Relations TVRI Stasiun Yogyakarta Dalam Membangun Citra positif Sebagai Televisi Publik Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

informasi yang saat ini beredar melalui gadget dan ponsel. Layanan internet membuat generasi milenial lebih memilih ponsel. Inilah mengapa milenial kurang menunjukkan minat menonton. Keberadaan publik Relation sendiri sangatlah penting dalam setiap organisasi, lembaga atau perusahaan. Kehadiran humas dalam lembaga dapat mendukung perkembangan lembaga melalui komunikasi dan mempererat hubungan dengan perusahaan dan perusahaan yang lebih tinggi.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dan pendekatan atau wawancara dengan staf LPP TVRI Sumatera Utara akan digunakan dalam penelitian ini. Wawancara adalah metode penelitian kualitatif yang memungkinkan Anda memperoleh informasi dengan mengajukan pertanyaan langsung.² Dalam wawancara, seseorang mengajukan pertanyaan dengan maksud mempelajari informasi dari orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.³ Dengan menggunakan metode kualitatif ini dengan mewawancarai beberapa staff karyawan yang berada di LPP TVRI di harapkan peneliti bisa mendapatkan informasi-informasi yang akurat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

TVRI adalah media publik jujur yang mempromosikan keragaman nilai, budaya, dan keragaman yang dibanggakan Indonesia kepada seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia melalui konten program yang berkualitas.⁴ Menurut Bonham, Publik Relation adalah seni menciptakan pemahaman publik yang lebih baik untuk memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi, instansi dan lembaga.⁵ Menurut Kapoor dan Solomon (dalam Amin et al, 2018), generasi milenial adalah generasi yang ingin selalu berhubungan dengan atasannya, seperti melalui email, teks pesannya, dll. Generasi ini lebih spontan, interaktif, dan ingin didengar, jadi gaya kepemimpinan yang efektif adalah transparan daripada kolaboratif dan hierarkis. Milenial juga merupakan kelompok orang yang lahir pada tahun 1980 hingga awal 2000-an yang tumbuh di era teknologi dan komunikasi online.⁶ Menurut Hidayatullah, et al.,(2018) Karakteristik yang dimiliki generasi milenial adalah: Generasi milenial lebih yakin pada user generated content (UGC) dibandingkan informasi searah. User Generated Content (UGC) merupakan konten atau informasi yang dibuat oleh pengguna dan dipublikasikan secara umum dan terbuka, seperti review. Generasi milenial lebih sering menggunakan telepon genggam dibandingkan televisi. Sehingga ,hampir semua generasi milenial memiliki sosial media. Generasi milenial kurang tertarik untuk membaca dengan cara konvensional, seperti koran, buku ,dan majalah.

TVRI Sumatera Utara merupakan salah satu lembaga penyiaran publik daerah yang ada di Sumatera Utara. Studio TVRI Sumatera Utara terletak di Jalan Putri Hijau, Medan Sumatera Utara, yang mempunyai Berbagai macam program siaran mulai dari program berita dan hiburan. Strategi komunikasi menjadi salah satu aspek penting untuk mencapai sebuah tujuan, yang mana tujuan tersebut yaitu untuk di sampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan. Dalam sebuah lembaga atau organisasi, strategi komunikasi hampir dibutuhkan oleh setiap lini. TVRI Sumatera Utara pun menggunakan strategi Komunikasi untuk memperkenalkan atau mempromosikan program-program siaran yang ada di medianya. Salah satu program yang diperkenalkan oleh TVRI Sumatera Utara kepada khalayak umum adalah program generasi milenial. Program generasi milenial merupakan program yang fokus mengangkat prestasi anak muda di Sumatera Utara dengan tujuan untuk memotivasi anak-anak muda lain di Sumatera Utara lebih berprestasi. Untuk menarik perhatian anak muda Sumatera Utara agar menampilkan program ini tentu TVRI Sumatera Utara memerlukan perencanaan strategi yang tepat saat merumuskan media komunikasi TVRI Sumatera Utara memiliki beberapa media yang dipakai untuk mempromosikan programnya. Yang pertama yaitu media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan YouTube. Dalam meningkatkan minat Menonton siaran TVRI harus merespon generasi

² Masri Singarimbun dan Soffan Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES,1989), hal.92

³ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm.180

⁴ <https://tvri.go.id/about> (di unduh pada tanggal 3 januari 2023) pukul 13.19 WIB

⁵ Irene silviany, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*, (Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka 2019), hal. 31

⁶ <https://www.djkn.kemendagri.go.id> (di unduh pada tanggal 3 januari 2023) pukul 16.51 WIB

milennial yang ingin terlibat aktif dalam penyelenggaraan penyiaran, TVRI juga sebaiknya memberikan kesempatan kepada warga memproduksi program. TVRI, misalnya bisa berkolaborasi dengan pembuat konten, seperti kelompok-kelompok seniman atau komunitas lainnya Untuk mengisi siaran.

Strategi yang digunakan TVRI Sumatera Utara juga merupakan suatu hal yang penting dimana salah satu cara untuk mencapai tujuan sehingga visi dan misi dapat tercapai. Strategi ini merupakan cara mencapai tujuan jangka panjang dari sebuah perusahaan yang ditentukan berdasarkan dari hasil analisis situasi dan riset yang telah dilakukan dengan menggunakan sebuah tindakan tertentu dan memerlukan alokasi sumber daya yang diperlukan dalam pelaksanaan tindakan tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendi, pakar ilmu komunikasi mengatakan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu perencanaan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan peta arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya⁷ Peranan strategi Public Relation yang merupakan unsur penting dalam struktur perusahaan tvri. Walaupun di bawah naungan milik pemerintah, public relation tvri di perlukan dan bertugas untuk menarik minat penonton dan meningkatkan peluang kerja sama dengan perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas tvri sebagai media publik. Persaingan di media pertelevisian, menyebabkan peran public relation sebagai good image maker bagi publik dan menarik strategic partner perlu di optimalkan.⁸ Dengan semakin pesatnya pertumbuhan stasiun televisi swasta di Indonesia, TVRI semakin mengalami masa kemunduran, yakni mulai ditinggalkan oleh penonton masyarakat, hingga tidak di ketahui keberadaannya oleh anak muda yang biasa disebut kaum millennial.⁹

Dalam hal ini strategi public relation dilakukan guna mempermudah proses komunikasi budaya perusahaan TVRI.¹⁰ Dalam mempromosikan acara atau siaran TVRI terhadap kaum milenial, para staff karyawan yang berada di lingkungan TVRI harus sigap menyiapkan berbagai strategi yang akan di keluarkan untuk menjadi pemacu naiknya minat menonton para kaum millennial. Mita sebagai staff karyawan menyatakan bahwa mereka harus siap tidak siap, harus mengikuti perkembangan zaman dengan melakukan berbagai cara agar TVRI tidak di tinggalkan permissanya. Mereka telah bekerja sama dengan staff bagian humas atau Public Relation untuk setiap penayangan agar selalu di promosikan dengan sangat menarik menggunakan berbagai aplikasi edit yang viral pada saat ini. Tak hanya itu bagian Humas di dalam lingkungan TVRI juga membentuk strategi untuk menarik minat kaum millennial dalam menonton siaran yang ada di TVRI seperti membuat siaran music live dan podcast yang bintang tamunya di datangkan dari berbagai anak remaja atau dari kaum millennial itu sendiri. Acara yang di tayangkan oleh pihak TVRI bukan hanya untuk memikat generasi millennial saja, tetapi dengan menayangkan berbagai acara seperti acara keagamaan, acara olahraga dan acara sosial dan budaya juga serta berbagai acara yang dapat mempromosikan lembaga TVRI tersebut.

IV. KESIMPULAN

Televisi Republik Indonesia (TVRI) sebagai unit televisi milik negara merupakan yang pertama di dunia pertelevisian. Namun, di tengah maraknya stasiun TV swasta dan lokal, kehadiran TVRI sebagai televisi milik negara semakin berkembang. Fungsi Publik Relation dalam membangun hubungan yang positif. Setiap institusi yang tidak ingin organisasinya memudar atau gulung tikar harus menerapkan interaksi yang baik dengan setiap karyawan atau relasi. Kemajuan di era teknologi ini membuat kaum milenial cuek menonton televisi. Mereka cukup menggunakan gadgetnya untuk mencari berita dan berbagai informasi yang saat ini beredar melalui gadget dan ponsel. Layanan internet membuat generasi milenial lebih memilih ponsel. Inilah mengapa milenial kurang menunjukkan minat menonton. Acara yang di tayangkan oleh pihak TVRI bukan hanya untuk memikat generasi millennial saja, tetapi dengan menayangkan berbagai acara seperti acara keagamaan, acara olahraga dan acara sosial dan budaya juga serta berbagai acara yang dapat mempromosikan lembaga TVRI tersebut.

⁷ Onong Uchjana Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan praktek, (Jakarta: Erlangga, 2015), h 32

⁸ Hariani, *Formulasi Strategi Public Relations dan Kehumasan Dalam Meningkatkan Citra TVRI Sebagai Televisi Pendidikan Indonesia*, (Raya Kampung Gebong: Universita Indraprasta PGRI) vol 2, no 1

⁹ Menanti Fajar Rizki, *Peranan Publik Relation Dalam Rebranding TVRI Untuk Membentuk New Image*, (Jakarta: UNJ 2019), Vol 8, no 2

REFERENSI

- Hariani. Formulasi Strategi Public Relations dan Kehumasan Dalam Meningkatkan Citra TVRI Sebagai Televisi Pendidikan Indonesia. Raya Kampung Gebong: Universita Indraprasta PGRI.
- Kumala Sari Ratih Andry. Strategi Public Relations TVRI Stasiun Yogyakarta Dalam Mmembangun Citra positif Sebagai Televisi Publik Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Masri Singarimbun dan Soffan Efendi.1989. Metode Penelitian Survei.Jakarta: LP3ES.
- Mulyana Deddy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rizki Menanti Fajar. 2019. Peranan Publik Relation Dalam Rebranding TVRI Untuk Membentuk New Image. Jakarta: UNJ. Vol 8.no 2
- Silviany Irene. 2019.Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id> (di unduh pada tanggal 3 januari 2023) pukul 16.51 WIB
- <https://tvri.go.id/about> (di unduh pada tanggal 3 januari 2023) pukul 13.19 WIB