

## STRATEGI KOMUNIKASI PONTV DI KELURAHAN BANSIR LAUT (PONTIANAK TENGGARA)

Oleh:

**WIWIN SURYANI JANA\***<sup>1</sup>

NIM. E1101141007

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si<sup>2</sup>, Dewi Utami, S.IP, M.S<sup>2</sup>

\*Email: [wiwin\\_jana@student.untan.ac.id](mailto:wiwin_jana@student.untan.ac.id)

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tanjungpura Pontianak

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sebuah strategi komunikasi PONTV untuk meningkatkan eksistensi sebagai televisi lokal di Pontianak Tenggara, mengenai fenomena atas respon masyarakat di di Kelurahan Bansir Laut (RT 04/RW 07), Kecamatan Pontianak Tenggara terhadap PONTV. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan metodologi penelitian kualitatif oleh *Lexy J. Moleong*, dengan jenis deskriptif. Dan penelitian ini menggunakan Teori Pesan Paul Ricoeur dan didukung oleh Konsep Strategi Komunikasi dari Morris (1938:8), yakni: 1. Perencanaan program, 2. Produksi dan pembelian program, 3. Eksekusi program, 4. Pengawasan dan evaluasi program. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih ditemukannya kurang maksimal strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak PONTV untuk meningkatkan eksistensinya, sehingga masih banyak ditemukan masyarakat tidak mengetahui keberadaan PONTV, dan ada sebagian masyarakat yang tidak menyukai program acara PONTV karena tidak menarik. Selain itu peneliti menemukan bahwa melalui media sosial yang dimilikinya PONTV belum maksimal mempromosikan ke khalayak masyarakat. Rekomendasi penelitian adalah PONTV diharapkan dapat menghadirkan audien, seperti sosialisasi tentang PONTV sebagai Televisi Lokal di Pontianak, agar PONTV dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, PONTV, Televisi Lokal

## THE COMMUNICATION STRATEGY OF PONTV IN BANSIR LAUT SUBDISTRICT (PONTIANAK TENGGARA)

By:

**WIWIN SURYANI JANA**\*<sup>1</sup>

ID. E1101141007

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si<sup>2</sup>, Dewi Utami, S.IP, M.S<sup>2</sup>

\*Email:[wiwin\\_jana@student.untan.ac.id](mailto:wiwin_jana@student.untan.ac.id)

1. Student of Communication Science Study Program of Social and Political Science Faculty of Universitas Tanjungpura, Pontianak.
2. Lecturer of Communication Science Study Program of Social and Political Science Faculty of Universitas Tanjungpura, Pontianak.

### ABSTRACT

This study aimed to describe a communication strategy of PONTV to improve its existence as a local television in Pontianak Tenggara, regarding the phenomenon of the response of the community in Bansir Laut Subdistrict (RT 04/RW 07), Pontianak Tenggara District towards PONTV. This study used Lexy J. Moleong's qualitative research methodological approach and a descriptive research design. This study also used Paul Ricoeur's Message Theory and was supported by Morrison's Communication Strategy Concept (138:8) which consisted of Program Planning, Programs Production and Purchasing, Programs Execution, and Program Monitoring and Evaluation. The results showed that it was still found that the communication strategy used by PONTV was not optimal, so there were still many people who did not know about the existence of PONTV, and there were some people who did not like PONTV programs because they were not interesting. The researcher also found that through its social media, PONTV had not been maximally promoted to the public. The researcher suggests that PONTV is expected to bring an audience, such as socialization about PONTV as Local Television in Pontianak so that PONTV can be known by the wider community.

Keywords: Communication Strategy, PONTV, Local Television.



## 1. Pendahuluan

Pada saat ini Televisi Nasional sudah berkembang pesat sudah mengikuti era teknologi yang maju dan *modern*, terutama wilayah Kota Pontianak letaknya sangat geografis tepat di garis Khatulistiwa. Kota Pontianak ialah ibukota Provinsi Kalimantan Barat dengan luas wilayah Kota Pontianak mencapai 107,82 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 6 kecamatan dan 29 kelurahan.

Sehingga perkembangan media televisi di Pontianak berkembang pesat mengikuti perkembangan jaman yang semakain *modern*. Diantaranya perkembangan media massa seperti media televisi Nasional meliputi: TVRI Pontianak, ANTV, GTV, Indosiar, Jawa Pos TV, dan Kompas TV.

Televisi Nasional di Pontianak pun mengoptimalkan infrastruktur pentransmisi dengan menentukan kualitas penerimaan sinyal siaran televisi adalah kuat sinyal atau kuat medan. Kualitas penerimaan ini berpengaruh pada keberhasilan penyampaian informasi, sehingga informasi yang dikirim dapat diterima dengan baik dan jelas, serta meningkatkan promosi dan sosialisasi

kepada masyarakat. Setelah itu timbul persaingan antara televisi Nasional, dan televisi Lokal, kemudian televisi Lokal sesama televisi Lokal.

Salah satunya media televisi lokal di Pontianak adalah Pontianak Televisi (PONTV) yang merupakan televisi grup JPMC (Jawa Pos *Multimedia Corporation*) dengan frekuensi 4140. Pada tahun 2018 PONTV sudah menggunakan Satelit Palapa D, di tahun 2006 jangkauannya terbatas hanya melingkupi Kota Pontianak. Namun sekarang jangkauannya sudah melingkupi seluruh Kalimantan Barat.

Eksistensi pada stasiun Lokal khususnya PONTV sebagai televisi lokal Pontianak dapat dilihat dari persaingan dan kompetisi antar media, yaitu: persaingan antar televisi Lokal maupun terpaan beragam media yang telah berkembang pesat di Pontianak, selain televisi Nasional.

Eksistensi stasiun televisi juga dilihat dari tanggapan atau respon *audien* untuk memperjelas permasalahan yang diteliti oleh peneliti, yaitu pandangan masyarakat sebagai *audien*. *Audien* yang menilai, menarik atau tidak program acara yang disajikan, jika tidak menarik maka *audien* akan berpindah

*chanel* lain untuk memenuhi kebutuhannya. Tantangan yang dihadapi oleh beberapa stasiun televisi ialah harus membenahi diri untuk memperbaharui konten-konten program acara yang menarik dan tepat sasaran pada *audien*.

Kehadiran televisi-televisi baru di Pontianak, tentunya memberikan program acara yang berbeda dan lebih menarik dari televisi lainnya. Sehingga PONTV setiap tahun terus memperbaharui program acara dan menghapus beberapa program acara yang tidak menarik, dan menggantikan program acara baru dan lebih menarik. Permasalahan diatas peneliti sudah melakukan observasi pada saat magang dilapangan dibulan September sampai dengan bulan Desember 2017 hingga saat ini tahun 2018, sudah banyak program acara yang diperbaharui dan digantikan dengan program acara yang baru.

Pontianak TV: sudah melakukan sosialisasi di beberapa daerah di Kalimantan Barat yaitu: Sintang, Bengkayang, Singkawang, Ketapang, dan Sanggau, serta pemanfaatan media sosial sudah dilakukan sebagai media promosi dan

kegiatan *of air* seperti mengadakan *event-event* di instansi Pemerintahan guna meningkatkan eksistensinya secara maksimal, namun masih ditemukan *audien* yang tidak mengetahui kehadiran PONTV sebagai Televisi Lokal.

Saat peneliti observasi pendahuluan di wilayah Kota Pontianak, yaitu: Kecamatan Pontianak Tenggara, Kelurahan Bansir Laut yang merupakan tempat objek penelitian. Respon masyarakat dari semua kategori golongan, yaitu golongan mahasiswa yang intelektual dan melek teknologi, golongan pengajar (Dosen), hingga golongan masyarakat biasa. Adapun lebih tiga puluh orang yang dijumpai saat wawancara, banyak yang memberi tanggapan yang sama mengenai kemas program acara di PONTV yang tidak menarik salah satunya program acara "*Layak Viral*", bahkan ada yang tidak mengetahui PONTV adalah televisi lokal Kota Pontianak.

Adapun pokok permasalahan peneliti ingin teliti yakni kurang daya tarik kemas program acara, sehingga dampak yang diterima PONTV selalu mengganti program acara tanpa evaluasi, memperbaiki, dan mempertahankan karena programnya tidak diketahui dan

diminati oleh *audien*.

Berdasarkan fenomena diatas maka dapat disimpulkan bahwa televisi lokal harus pintar mengemas pesan program acara dengan menarik karena mempengaruhi *audien*, sehingga dapat mengurangi eksistensi pada televisi, karena eksistensi yang baik didukung juga oleh program acara yang berkualitas. Adapun berdasarkan penelusuran dari internet, jurnal, dan informasi dari buku-buku maupun skripsi, peneliti tidak menemukan informasi yang ada penelitian sebelumnya dengan judul dan bahasan yang sama. Dari fakta diatas maka peneliti menyatakan riset ini orisinal dan telah peneliti lakukan penelitian dengan data-data yang sesuai di lapangan. Tersedia acara termasuk penelitian program acara PONTV demi eksistensi TV Lokal dalam bersaing dengan TV Nasional.

Peneliti mencoba untuk membatasi permasalahan, agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam pembahasannya nanti. Maka peneliti membatasi hanya pada “Strategi Komunikasi yang akan dilakukan PONTV dalam Meningkatkan Eksistensi televisi lokal demi mampu

memberikan tayangan informasi menarik dan berkualitas”.

## 2. Kajian Teori

### a. Konsep Strategi Komunikasi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya (Freddy Rangkuti, 1997: 3). Menurut Argyris (1985) strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi (dikutip dari Freddy Rangkuti, 1997).

Adapun menurut Glueck dan Juach (1998: 12), “strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”. Kemudian menurut Onong Uchjana Effendy (1984: 35), intinya strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional.

Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu

yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran.

Lebih lanjut Wilbur Schramm menampilkan apa yang disebut "*The Condition Of Succes in Communication*" yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Faktor penunjang strategi komunikasi efektif dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b) Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikasi berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang ia kehendaki.

## **b. Konsep PONTV**

PONTV merupakan kepanjangan dari Pontianak Televisi. Adapun Pontianak Televisi (PONTV) merupakan televisi grup JPMC (Jawa Pos Multimedia Corporation) dengan frekuensi 4140, dan stasiun televisi satu-satunya lokal TV di Kota Pontianak. PONTV mengusung konsep "*Local Totality*". Dengan menyusun program khas Pontianak dengan menggabungkan taste Melayu dan Tionghoa bagi masyarakat Kota Pontianak dan sekitarnya.

Kehadiran Pontianak Televisi (PONTV) yang berdiri pada tahun 2006, telah konsisten menayangkan budaya khas Pontianak dan sekitarnya. Keterbatasan sarana menjadi PONTV adanya belum memproduksi banyak program acara. Kemudian PONTV mulai aktif di tahun 2012, bergabung dengan Pontianak Post kemudian diambil alih oleh JPMC (Jawa Pos Multimedia Corporation) pada bulan Maret 2012.

Ada beberapa program khas Pontianak berikut: Program acara PONTV berite kite (berite kite malam dan kopi pagi), Teng Nang Kwa program hiburan untuk masyarakat

Kalimantan Barat khususnya Etnis Tionghoa. Program acara ini juga terbuka untuk masyarakat umum adalah untuk melihat penampilan para penyanyi, ada program acara Keluarga 69, Melawak, Layak Viral, Sang Juara, Kamil Onite, program cari makan, dan lain-lainnya.

### c. Konsep Televisi Lokal

Berbicara tentang televisi ada dalam pasal 31 UU No. 32 Tahun 2002, menurut penjelasan bahwa Lembaga penyiaran menyelenggarakan jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan stasiun penyiaran lokal. Adapun Televisi lokal menurut Sudibyo (2004: 105) merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten.

Ada beberapa Televisi lokal Pontianak, berikut: PONTV, RUAITV, kemudian muncul televisi KCTV (PT. Kapuas Citra Televisi), KTV (PT. Media Khatulistiwa Televisi), Matahari TV, INEWS TV, dan lain-lainnya.

Kemudian definisi Sudibyo diperkuat oleh Undang-Undang Penyiaran Pasal 31 ayat 5 UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 yang menyatakan bahwa “Stasiun penyiaran

lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tertentu. Sebagaimana media lainnya, televisi lokal juga memiliki fungsi tidak jauh beda dengan media massa lainnya, fungsi media televisi lokal adalah untuk memberi informasi, mendidik, mempersuasi, menyenangkan, memuaskan, dan sebagai hiburan (McQuail, 1991: 70-73).

### d. Konsep Eksistensi

Menyatakan bahwa Save M. Dagon (1997, dikutip dari Subrata, 2011), konsep eksistensi dalam kehidupan sosial manusia yang terpenting dan terutama adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya. Eksistensi dapat diartikan sesuatu menganggap keberadaan manusia tidak statis tetapi senantiasa menjadi. Artinya, manusia itu selalu bergerak dari kemungkinan kepada kenyataan. Proses ini berubah, bila kini sebagai suatu yang mungkin, maka besok akan berubah menjadi kenyataan. Karena manusia itu memiliki kebebasan, maka gerak perkembangan ini semuanya berdasarkan pada manusia itu sendiri. Bereksistensi berarti berani mengambil

keputusan yang menentukan hidup. Konsekuensinya jika kita tidak berani berbuat, maka kita tidak bereksistensi dalam arti sebenarnya.

Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja kita (*performa*) di dalam suatu lingkungan. Perkuliahan misalnya, dosen akan lebih mengenal dan mengetahui keberadaan kita, setelah dosen tahu *performa* kita baik dengan (nilai yang bagus, aktif, dan komunikatif) dan cenderung memperhatikan orang yang pasif, begitu juga halnya dengan media.

#### **e. Konsep Strategi Program TV**

strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen adalah mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasional (Uchjana, 1986: 97). Dalam industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audien. Stasiun penyiaran selalu merencanakan

programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya (Djamal, 2011: 135).

Salah satunya dengan cara membuat program yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari dan sesuai dengan keinginan mereka. Departemen program dan produksi stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. *Morissan* dalam bukunya "*Manajemen Media Penyiaran*", mengungkapkan bahwa strategi program ditinjau dari aspek manajemen sering disebut manajemen strategis (*management strategic*) terdiri dari (2009: 231).

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif oleh *Lexy J. Moleong*. Peneliti menggunakan tradisi fenomenologis dalam perspektif subjektif. Tradisi fenomenologis melihat dari sudut pandang pengalaman orang-orang atau cerita pribadi setiap orang adalah lebih penting dan lebih berwenang dari pada beberapa hipotesis penelitian atau aksioma komunikasi dan menggunakan teori "*Paul Ricoeur*"

tentang penafsiran yang tergantung pada tradisi fenomenologis mengenai pengalaman seseorang.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, fakta, dan sebagainya. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Moleong (2006: 18) penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai suatu keadaan, gejala atau objek tertentu pada saat penelitian dilakukan berdasarkan fakta yang tampak atau sebagaimana mestinya.

#### **4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian yang telah dilakukan, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam melaksanakannya. Adapun faktor kendala yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian adalah: waktu yang sangat terbatas untuk wawancara semua informan sehingga peneliti harus mencari waktu yang luang agar bisa melakukan wawancara.

Berdasarkan analisis peneliti, bahwa penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan melakukan wawancara kepada subjek penelitian berjumlah sepuluh orang *crew* PONTV.

Informan yang Pertama Direktur PONTV, yaitu: Mursalin, informan yang kedua sampai kesepuluh adalah semua *crew* PONTV, bernama Anwar sebagai Manager Produksi, Deli Borneo, Vina, dan Tezar Haldy sebagai Produser, Randy, Gunawan, Fajar, Pandu, Septa, dan Endra sebagai *Cameraman*, setelahnya ada Gilang sebagai Editor.

Adapun informan yang ada dimasyarakat ialah masyarakat Kelurahan Bansir Laut RT 04/RW 07, dengan profesi pekerjaan Ketua RT, Mahasiswa, Pengusaha Cafe, Pengusaha Bengkel, Guru, dan Karyawan. Bernama Marsuki 32 Tahun, Suprah 24 Tahun, Eriyanto 21 Tahun, Riska 21 Tahun, Haji Munir 75 Tahun, Ramunah 48 Tahun, Salam 76 Tahun, Feriyanto 31 Tahun, M. Rusdi 35 Tahun, dan Fitriani Dwi Astini 29 Tahun.

Selain melakukan wawancara terhadap *crew* PONTV dan respon masyarakat di Kelurahan bansir Laut, Pontianak Tenggara (RT 04/RW 07), peneliti juga melakukan observasi sebagai pelengkap data yang diperlukan peneliti.

Dari hasil wawancara peneliti terhadap sepuluh orang *crew* PONTV sebagai informan, peneliti bermaksud

untuk menggambarkan Strategi Komunikasi PONTV Untuk Meningkatkan Eksistensi Sebagai Televisi Lokal di Kota Pontianak. Dari hasil wawancara peneliti dengan Direktur PONTV bernama Bapak Mursalin, bahwa PONTV Televisi Lokal Kota Pontianak merupakan Televisi baru di Pontianak, sebagai wadah tempat mereka belajar dan berekspresi, dan dimana media penyiaran ini sebagai bisnis bagi masyarakat untuk mempromosikan produk-produk mereka, dan sebagai lembaga ekonomi tempat anak-anak bekerja.

Tantangan yang di hadapi PONTV ialah banyaknya saingan dengan media televisi seperti RUAITV, TVRI, dan media lainnya, sehingga yang dilakukan PONTV membuat program yang dekat dengan masyarakat (*proximity*), walaupun banyak program acara yang sudah dibuat namun tidak menarik masyarakat, maka strategi komunikasi yang dilakukan PONTV sendiri ialah langsung mengeksekusi program tersebut, dan menggantikan dengan program acara yang baru, “ujar Direktur PONTV”.

Direktur PONTV berkata sudah

berupaya melakukan strategi komunikasi agar eksistensi PONTV diakui dimasyarakat dengan cara melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dan kemudian menjalin kedekatan (*proximity*) dengan masyarakat, selanjutnya membuat program acara yang dekat dengan masyarakat, seperti: ngagak antu, dare besolek dan lainnya. Karena PONTV lebih ekspektasi di program acara dari hiburan sampai berita, yaitu: *Bahase Pontianak* dan menampilkan budaya-budaya khas Pontianak seperti: Budaya (*Tidayu*) Tionghoa, Dayak, dan Melayu. Direktur PONTV juga sudah berusaha meningkatkan eksistensi PONTV dengan cara pemanfaatan media sosial (facebook, instagram, streaming, dan youtube), walaupun belum berjalan maksimal.

Dimana masyarakat merasa tidak tahu keberadaan PONTV dan program yang disuguhkan kurang menarik, tapi PONTV tetap berusaha melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan eksistensi PONTV dengan sosialisasi kedaerah-daerah di empat belas Kabupaten dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi Pemerintah, serta Perusahaan Swasta agar semakin

dikenal oleh khalayak masyarakat dengan keberadaan PONTV sebagai televisi lokal “tutur Direktur PONTV sambil tersenyum”.

Jadi, kesimpulan dari analisis penelitian ini, peneliti melihat bahwa fenomena yang timbul dari atas respon/tanggapan masyarakat di Kelurahan Bansir Laut, Kecamatan Pontianak Tenggara mengenai PONTV, bahwa masih banyak diantara mereka yang tidak mengetahui PONTV, dan ada juga diantara mereka yang hanya sekedar mengetahui PONTV hanya sekilas. Fenomena yang terjadi di Kelurahan Bansir Laut, Pontianak Tenggara atas respon masyarakat tersebut, menjadi latar belakang permasalahan yang peneliti lakukan, atas PONTV mengenai Strategi Komunikasi yang akan dilakukan PONTV untuk meningkatkan Eksistensi sebagai Televisi Lokal Kota Pontianak. Dari analisis tersebut peneliti menggunakan teori pesan Paul Ricoeur, dan didukung oleh Konsep Strategi Komunikasi dari Morrissan.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1. kesimpulan

Setelah menjelaskan hasil penelitian, peneliti memberikan kesimpulan atas penelitian. Beberapa kesimpulan yang didasarkan atas analisis dari hasil wawancara dan observasi yang di laksanakan di lapangan mengenai strategi komunikasi atas tanggapan/respon masyarakat di Kelurahan Basnir Laut, Kecamatan Pontianak Tenggara terhadap PNTV, dan respon dari semua *crew* PONTV sebagai informan mengenai Strategi Komunikasi yang akan dilakukan untuk Meningkatkan Eksistensi Sebagai Televisi Lokal di Kota Pontianak

Kesimpulan dari penelitian adalah: PONTV belum maksimal meningkatkan eksistensinya sebagai Televisi Lokal di Kota Pontianak. Hal ini dapat dilihat dari belum tercapainya tujuan dari PONTV agar semakin dikenal oleh masyarakat luas dan menyediakan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat Pontianak.

PONTV belum maksimal menyajikan program acara yang bervariasi terbukti dari beberapa komentar yang menyatakan program acara PONTV terlihat mirip dengan

acara di *Net TV*. Sehingga PONTV harus banyak belajar untuk memperbaiki proses pengeditan program acara agar menampilkan program acara yang menarik.

Untuk Strategi Komunikasi belum berjalan maksimal, namun PONTV masih dalam berupaya untuk terus meningkatkan eksistensinya sebagai Televisi Lokal di Kota Pontianak. Dengan mulai melakukan promosi/sosialisasi kepada masyarakat mengenai PONTV sebagai Televisi Lokal di Kota Pontianak.

## 5.2 Saran

Selama peneliti melakukan observasi secara langsung, peneliti memberikan saran-saran yang berhubungan dengan kegiatan PONTV dalam menginformasikan suatu pemberitaan atau hiburan kepada masyarakat Kota Pontianak. Berikut saran-saran yang peneliti berikan:

PONTV diharapkan memberikan suatu kegiatan yang menghadirkan masyarakat atau *audience*. Yakni kegiatan sosialisasi tentang PONTV sebagai Televisi Lokal di Kota Pontianak, agar tercapainya tingkat hubungan personal kepada masyarakat

akan membaik, dan dikenal luas serta tingkat pemahaman tentang PONTV dapat diketahui luas oleh masyarakat.

Untuk PONTV agar terus meningkatkan eksistensi misalnya menayangkan program secara lebih bervariasi, memperbaharui program acara, serta menambah segmen program acara menarik, dan terus meningkatkan promosi/sosialisasi kepada masyarakat.

Bekerja sama dengan TV Nasional untuk memproduksi program yang melibatkan partisipasi masyarakat lokal agar dapat memperoleh apresiasi dari masyarakat yang terlibat atau menonton PONTV.

Harapan masyarakat agar PONTV menayangkan program acara yang akrab dengan masyarakat seperti acara yang melibatkan masyarakat setempat.

## 6. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian memiliki banyak sekali keterbatasan. Untuk itu, peneliti mencoba untuk menjelaskan berbagai keterbatasan yang akan ada dipenelitian peneliti seperti:

Keterbatasan peneliti dalam mendapatkan beragam informasi

khususnya terkait respon masyarakat di Kelurahan Bansir Laut, Kecamatan Pontianak Tenggara, karena diminta wawancara mereka memiliki banyak alasan tidak mau di wawancarai, namun peneliti di bantu oleh Marsuki selaku ketua RT yang mau menemani peneliti saat bertemu dengan masyarakat.

Sulitnya mendapatkan teori yang sesuai untuk menganalisis fenomena di penelitian peneliti. Sehingga penelitian ini dibantu oleh konsep strategi komunikasi, dan dalam proses penulisan penelitian ini memakan waktu beberapa lama.

Minimnya referensi kepustakaan terutama dari buku-buku tentang teori yang peneliti gunakan dalam menganalisis fenomena di penelitian ini. Sehingga peneliti merasa cukup kesulitan menganalisis dan mengembangkan dasar analisis penelitian ini.

## 7. Daftar Pustaka

- Canggara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Lexy, J. Moleong. (2006: 18). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy. J. Moleong. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy. J. Moleong. (2013: 132). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy. J. Moleong. (2013: 248). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy. J. Moleong. (2013: 248). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy. J. Moleong. (2017: 129). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Cetakan kelima. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media*

- Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Cetakan kelima. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, p 232.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Cetakan kelima. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, p 315.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Cetakan kelima. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, p 165.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Cetakan kelima. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, p 138:8.
- Norman, permata, Ahmad, "Hermeneutika Fenomenologis Paul Ricoeur" dalam Paul Ricoeur, Filsafat Wacana: Membelah Makna Dalam Anatomi Bahasa, diterjemahkan oleh Musnur Hery, Yogyakarta: IRCiSoD, 2003.
- Ricouer, Paul, *Hermeneutika Ilmu Sosial*, diterjemahkan oleh Muhammad Syukri, cet.Ke-2, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: PT. Graha ilmu.
- Ricouer, Paul, Filsafat Wacana: Membelah Makna Dalam Anatomi Bahasa, diterjemahkan oleh Musnur Hery, Yogyakarta: IRCiSoD, 2003.
- Stephen W. Littlejohn., dan Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi (edisi 9)*, Penerbit Salemba Humanika. Jakarta Selatan.
- Stephen W Littlejohn & Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, Jakarta, SalembaHumanika, 2011, p 57-59.
- Stephen W.Littlejohn. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta:Salemba Humanika.
- Sumaryono, E.1999. "Hermeneutik : Sebuah Metode Filsafa". ed.1. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Wahid, Masykur. 2017.*Teori Intepretasi Paul Riceur*. Bantul Yogyakarta: PT.Lkis.