



Ekonomi Politik Media Pada Strategi Televisi Lokal BRTV Dalam Mempertahankan Eksistensi

Dita Via Amelia¹, Eka Yusup², Tri Widya Budhiharti³

^{1,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 02 Oktober 2024

Revised : 08 Oktober 2024

Accepted: 15 Oktober 2024

This research discusses BRTV's local television strategy in maintaining its existence in the midst of broadcasting industry competition after making the switch from analog to digital signals. Using Vincent Mosco's theory of media political economy, this research aims to understand how BRTV faces challenges and capitalizes on opportunities in a changing media environment. A qualitative research method with a descriptive approach was used, involving interviews, observation, and documentation to obtain data from the company. The results show that BRTV implements various strategies, including the utilization of programs and social media, attracting advertisers by targeting specific audience ages, and recruiting with specific criteria. Challenges faced include audience shift to online platforms, competition with online media, and employee attrition during the pandemic. BRTV's strengths include awards received from KPID West Java. To overcome obstacles and challenges, BRTV focuses on program innovation, content creativity, and recruitment for new positions. This research provides insight into BRTV's efforts in dealing with the dynamics of the local broadcasting industry..

Keywords: Strategy, Existence, Media Political Economy, Local Television

(*) Corresponding Author:

dita.amelia2001@gmail.com

How to Cite: Amelia, D. V., Yusup, E., & Budhiharti, T. W. (2024). Ekonomi Politik Media Pada Strategi Televisi Lokal BRTV Dalam Mempertahankan Eksistensi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14275192>.

PENDAHULUAN

Televisi merupakan media yang paling banyak dikonsumsi saat ini oleh masyarakat, karena televisi menjadi konsumsi publik dengan program yang disajikan sangat beragam dan menjadi sebuah alasan masyarakat untuk menonton televisi. Televisi yang merupakan media elektronik audio visual sehingga membuat masyarakat dapat melihat dan mendengar apa yang ditayangkan segala percakapan yang disampaikan secara langsung dengan panca indra. Dunia pertelevisian Indonesia semakin berkembang seiringnya globalisasi teknologi informasi dan jaminan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan televisi di Indonesia oleh pemerintah, sehingga membuat para pemilik modal memilih berinvestasi dalam bisnis pertelevisian, hal ini ditandai dengan bermunculnya televisi yang mengudara baik berskala nasional maupun lokal (Azwar, 2018). Di Indonesia, ada beragam stasiun televisi, namun Televisi Republik Indonesia (TVRI) menjadi pelopor dalam industri penyiaran televisi sejak tahun 1962 dengan cakupan nasional (Ramza, 2010). Seiring berjalannya waktu, industri pertelevisian di Indonesia mengalami perkembangan pesat, dengan munculnya stasiun televisi swasta seperti RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, dan lainnya. Selain stasiun swasta, televisi lokal juga didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan melestarikan budaya lokal (Ramza, 2022). Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2002 memberikan landasan bagi pendirian televisi lokal, mengakomodasi informasi daerah yang sering kali terabaikan oleh media nasional.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mempengaruhi evolusi media massa, termasuk televisi lokal (Saefullah, 2020). Saat ini, stasiun televisi memanfaatkan internet dan media sosial untuk menyediakan akses yang lebih mudah bagi audiens (Prasojo, 2020). Konvergensi media mendorong pemerintah untuk beralih dari siaran analog ke digital, memberikan peluang baru bagi televisi lokal untuk mengembangkan diri (Adriany, 2016).

Dalam menghadapi tantangan peralihan ini, beberapa stasiun televisi lokal, seperti BRTV, mengambil strategi khusus. BRTV tidak mengandalkan peringkat Nielsen, melainkan fokus pada interaksi langsung dengan penonton melalui platform digital dan media sosial. Data interaksi ini membantu BRTV memahami preferensi penonton dengan lebih mendalam. Meskipun televisi lokal seperti BRTV menghadapi tantangan, strategi inovatif seperti live streaming, program berita tiga kali sehari, dan konten lokal membantu menjaga eksistensi dan relevansinya (Saefullah, 2020). Dukungan dari Annisa Group juga menjadi faktor penting dalam mengatasi keterbatasan sumber daya manusia dan biaya operasional. Peralihan ke siaran digital memberikan peluang baru, tetapi tetap dibutuhkan strategi matang dan komitmen untuk mempertahankan eksistensi dan kualitas program lokal di era digital yang terus berkembang (Adriany, 2016).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metodologi kualitatif adalah cara atau upaya untuk menentukan aspek pemahaman secara mendalam permasalahan. Dari tujuan metode ini adalah pemahaman secara luas dan mendalam terhadap suatu permasalahan secara mendalam pada suatu permasalahan yang sedang dikaji atau dikaji (H.B, 2002). Metode kualitatif mendeskripsikan situasi sosial dengan menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan dari situasi alamiah (Darmalaksana, 2020). Menurut Sugiyono (2018), metode kualitatif juga dikenal sebagai metode interpretive karena lebih banyak menginterpretasikan informasi yang ditemukan di lapangan. Pendekatan penelitian kualitatif bersandar pada filosofi postpositivisme, mempelajari keadaan objek yang alamiah dengan teknik pengumpulan dan analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang berfokus pada realitas sosial sebagian hasil konstruksi bersama dari peneliti melalui interaksi sosial. Paradigma konstruktivisme berusaha memahami bagaimana peneliti membangun pemahaman terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan pendekatan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi (Zerico Bimantara, 2023). Konstruktivisme melibatkan pembangunan pemahaman dan kemampuan siswa melalui keaktifan dalam pembelajaran (Hill, seperti yang dikutip dalam Suparlan, 2019). Pemilihan informan kunci dalam penelitian ini menggunakan teknik informan Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2019) purposive sample merupakan pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan dan kriteria tertentu untuk memilih informan yang memiliki informasi mendalam dan dapat dipercaya. Informan utama dipilih dari pihak manajemen BRTV, termasuk General Manager, Manager Program & Business Development, HRGA Officer, dan Social Media Specialist. Sumber data dalam

penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan utama, sementara data sekunder berasal dari dokumentasi dan laporan yang terkait dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mencatat gejala secara sistematis, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari informan, dan dokumentasi sebagai pelengkap dari observasi dan wawancara. Proses analisis data mengikuti teknik analisis model interaktif Miles dan Huberman. Tahapan analisis melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan pemilihan, pemusatan perhatian, dan transformasi data kasar. Penyajian data membentuk informasi tersusun untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan melibatkan rumuskan kesimpulan berdasarkan tahapan sebelumnya

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi BRTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal

Dalam tahap perencanaan strategi untuk mempertahankan eksistensinya, BRTV telah menyusun rencana dengan cermat. Manajer Program & Business Development, Elis Listiani, mengungkapkan melalui wawancara pada tanggal 10 November 2023, bahwa strategi tersebut didasarkan pada pemahaman terhadap lingkungan masyarakat setempat, khususnya Kabupaten Bekasi. "Strategi tersebut kita melihat dari lingkungan masyarakat setempat, bahwa masyarakat sekitar Kabupaten Bekasi lebih senang menonton program acara apa saja, salah satunya program acara dakwah sebagai perantara strategi untuk menaikkan rating siaran dan melakukan Branding di beberapa platform media sosial, dan di beberapa Majelis Ta'lim yang ada di Kabupaten Bekasi. Hal ini menjadikan sebuah bagian planning kami dalam menayangkan sebuah program acara," ungkap Elis Listiani.

Pada tahap perencanaan ini BRTV berusaha memberikan perhatian maksimal terhadap audiens dalam menayangkan program acara yang akan ditayangkan, salah satunya dengan menggunakan metode survei melalui media sosial perusahaan. Media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi yang semakin berkembang setiap harinya, media sosial memungkinkan masyarakat untuk terhubung satu sama lain dalam dunia maya dalam bentuk hubungan personal maupun bisnis (Eka Yusup, 2023). Hal ini berguna dalam memberikan sebuah konsep perencanaan BRTV dalam mempertahankan eksistensinya. Salah satu contohnya pada program Diary Muslimah yang merupakan salah satu program religi unggulan di BRTV yang berkonsep ceramah dengan tema-tema seputar kehidupan seorang muslimah. "Untuk strateginya kami melalui program, branding kepada masyarakat dengan mengadakan give away, membuat program baru dakwah yang lebih ringan untuk mempertahankan penonton yang masih bertahan di tv dengan program-program yang kita buat," tambah Hilman Hadiyanto, selaku General Manager BRTV. Strategi ini juga didukung oleh analisis data interaksi, demografi pemirsa, dan tren percakapan oleh Social Media Specialist, Hanipah, yang menyatakan, "Kami secara rutin menganalisis data interaksi, demografi pemirsa, dan tren percakapan untuk memahami preferensi audiens, dan kami dapat menyusun konten yang lebih disesuaikan dan mengoptimalkan waktu publikasi." Melalui pengamatan data

preferensi audiens, BRTV dapat menyusun konten yang disesuaikan dan mengoptimalkan waktu publikasi, menciptakan rating yang baik dan konsisten, serta memperkuat eksistensinya sebagai televisi lokal yang bersaing dengan baik di pasar media.

Tantangan dan kekuatan BRTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal

Wawancara dengan General Manager BRTV, Hilman Hadiyanto, pada tanggal 10 November 2023, mengungkapkan sejumlah tantangan dan kekuatan yang dihadapi oleh BRTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Hilman menyampaikan, "Salah satu tantangan yang dihadapi oleh BRTV adalah persaingan yang semakin ketat dengan media digital dan platform streaming yang menuntut BRTV untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren konsumsi media untuk mempertahankan menarik audiens. Adapun tantangan lain yang dihadapi oleh BRTV yaitu finansial. Dalam era digital, biaya produksi dan distribusi konten televisi dapat menjadi beban yang signifikan. Oleh karena itu, BRTV perlu mengembangkan strategi yang inovatif dan berkelanjutan untuk mengatasi hambatan finansial dan memastikan kelangsungan operasionalnya."

Hilman juga menyoroti kekuatan signifikan BRTV, yakni memiliki keunggulan dalam memahami kebutuhan dan preferensi audiens setempat melalui program edukatif yang berfokus pada berdakwah melalui media dan informasional yang berfokus pada isu-isu lokal. Dalam upaya mempertahankan eksistensinya, BRTV mencoba untuk mengadopsi teknologi dan tren terkini. Integrasi platform digital konten, melalui website dan berinteraksi langsung dengan audiens melalui media sosial, dianggap sebagai cara efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan relevansi BRTV di era digital. Media memiliki peran yang sangat penting dalam suatu sarana atau perangkat yang berfungsi sebagai perantara atau saluran dalam suatu proses komunikasi antara komunikator dan komunikan (Tri Widya Budhiharti, 2022).

Hilman menuturkan, "Untuk keberhasilan kami, kami melalui program, branding kepada masyarakat dengan mengadakan giveaway, membuat program baru dakwah yang lebih ringan untuk mempertahankan penonton yang masih bertahan di TV dengan program-program yang kita buat." Sementara Hanipah, Sosial Media Spesialis BRTV, menambahkan, "Salah satu tantangan adalah menarik perhatian dalam persaingan konten online, mengatasinya dengan merancang ide yang kreatif dan berfokus pada membangun komunitas online yang aktif dan terlibat." Dengan fokus pada kekuatan lokalitas, inovasi dalam pengelolaan finansial, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, BRTV memiliki potensi untuk terus bersaing dan memperkuat eksistensinya di tengah dinamika media modern.

Hambatan dan peluang BRTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal

Penjabaran pertanyaan penelitian ketiga ini mencerminkan upaya untuk mengungkap hambatan dan peluang yang dihadapi oleh BRTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Pada tahap ini, peneliti melakukan penelitian dan wawancara dengan pihak terkait untuk mengeksplorasi strategi BRTV dalam menjaga konsistensi dan eksistensinya sebagai stasiun

televisi lokal. Menurut General Manager, Hilman Hadiyanto, dalam wawancara pada tanggal 10 November 2023, "Untuk hambatan sejauh ini belum ada yang terlalu berarti banget, karena untuk persaingan sendiri BRTV justru sedang banyak recruitment untuk posisi baru agar lebih maju lagi."

BRTV melihat peluang dalam fokus pada konten lokal yang relevan dan mendalam. Langkah strategis lainnya adalah mengembangkan kemitraan strategis dengan pelaku industri lokal seperti bisnis lokal, UMKM, dan lembaga pemerintah daerah. Hilman menyampaikan, "Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh BRTV untuk mempertahankan eksistensinya yaitu fokus pada konten lokal yang relevan dan mendalam, mengembangkan kemitraan strategis dengan pelaku industri lokal seperti bisnis lokal atau UMKM dan lembaga pemerintah daerah, yang menjadi langkah strategis untuk meningkatkan dukungan finansial dan eksposur."

Selain itu, BRTV menjalankan inisiatif lain untuk membuka peluang dalam menarik audiens, seperti kolaborasi program TV dengan nilai-nilai budaya daerah setempat. Elis Listiani, yang berperan sebagai Manager Program & Business Development, menyatakan melalui wawancara, "Paling kita lebih caranya aja mengajak masyarakat, contohnya kita bekerjasama dengan dinas pariwisata yang juga mengandung nilai-nilai masyarakat, misalkan seperti pariwisata di daerah Kabupaten Bekasi ada apa aja sih." Dalam tahap ini, strategi yang holistik dan inovatif dalam manajemen konten, pemasaran, dan kolaborasi dengan pihak terkait diidentifikasi sebagai kunci keberhasilan BRTV dalam mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang untuk tetap menjadi pemain utama dalam dunia penyiaran lokal. Kemampuan BRTV untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren media baru, seperti livestreaming dan interaksi langsung dengan pemirsa melalui media sosial, dianggap sebagai sarana efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

PEMBAHASAN

Strategi BRTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal

Dalam upaya mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu televisi lokal, BRTV merancang dan menerapkan serangkaian strategi yang terstruktur dan terencana. Persaingan di industri media yang semakin ketat mendorong BRTV untuk mengadopsi pendekatan yang lebih cermat dan berfokus pada keberlanjutan bisnisnya. Salah satu landasan strategi yang diterapkan adalah teori ekonomi politik media oleh Vincent Mosco. Teori ini memandang media bukan hanya sebagai sarana penyampaian informasi, melainkan juga sebagai entitas ekonomi dan politik yang berperan dalam membentuk dinamika masyarakat. Dalam konteks ini, BRTV mengidentifikasi komodifikasi sebagai kunci utama strategi. Proses komodifikasi pada komunikasi melibatkan transformasi pesan menjadi produk yang dapat dipasarkan. BRTV memastikan bahwa kontennya tidak hanya informatif namun juga sesuai dengan kebutuhan dan selera audiensnya. Dalam pengembangan program tayangan, BRTV memfokuskan pada diversifikasi konten untuk menjangkau berbagai minat dan kebutuhan penontonnya.

Strategi pertama yang diimplementasikan adalah komodifikasi isi. BRTV, sebagai stasiun televisi lokal terestrial digital swasta di Indonesia, telah

berkembang dari format siaran digital menjadi siaran multi-platform. Diversifikasi format siaran melibatkan penyediaan konten yang mencakup aspek religi, berita lokal, hiburan, dan program-varietas. Program-program seperti "Berita Siang," "Etalase Indonesia," dan "Cerita Selebriti" mencerminkan upaya BRTV untuk memahami dan merespons keberagaman minat penonton. Selain itu, BRTV mengakui pentingnya komodifikasi khalayak sebagai bagian integral dari strategi pemasaran. Khalayak, atau audiens, dianggap sebagai komoditas utama dalam media massa komersial. Dengan memahami karakteristik audiensnya, BRTV dapat memposisikan diri sebagai platform yang menarik untuk pemasang iklan. Analisis data audiens BRTV menunjukkan bahwa target utamanya adalah kelompok usia 18-34 tahun. Ini mencerminkan usaha BRTV untuk menciptakan kesadaran dan memproduksi konten yang relevan dengan preferensi dan kebutuhan kelompok demografis ini.

Komodifikasi tenaga kerja juga menjadi aspek krusial dalam strategi BRTV. Dalam proses rekrutmen, BRTV memastikan bahwa setiap karyawan ditempatkan sesuai dengan keahlian dan kriteria yang dibutuhkan oleh perusahaan. BRTV memiliki 25 karyawan yang dipekerjakan melalui proses seleksi yang cermat, termasuk wawancara, skill test, psikotes, dan medical check-up. Selain itu, BRTV menjalankan strategi kemitraan dengan pemerintah daerah, lembaga bisnis, dan sponsor. Hal ini dilakukan untuk mendukung produksi, mendapatkan dukungan finansial, serta memperluas jangkauan melalui kerjasama yang saling menguntungkan. Kerjasama ini juga mencakup pemberian slot iklan kepada pemasang iklan yang ingin menargetkan audiens BRTV. Pemanfaatan media sosial, seperti Instagram dan YouTube, menjadi bagian penting dari strategi BRTV. Dengan memiliki akun resmi di kedua platform tersebut, BRTV dapat terhubung langsung dengan audiensnya. Konten promosi, cuplikan program, dan interaksi dengan pengikut menjadi sarana efektif dalam mempertahankan dan menarik audiens. Sebagai langkah tambahan, BRTV mengoptimalkan waktu penayangan program sesuai dengan target audiens. Berbagai program seperti "Berita Siang," "Berita Petang," dan "Ngobrol Bareng" disesuaikan dengan kebutuhan dan minat penonton pada waktu-waktu tertentu. Dengan merangkum strategi-strategi ini, BRTV berusaha untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia media yang dinamis dan kompetitif. Dengan fokus pada komodifikasi isi, khalayak, dan tenaga kerja, BRTV bertujuan untuk menjadi pilihan utama bagi penonton dan pemasang iklan. Dalam era digital, pemanfaatan media sosial dan adaptasi terhadap perubahan tren menjadi kunci keberhasilan, yang tercermin dalam langkah-langkah yang diambil oleh BRTV untuk tetap relevan dan berdaya saing.

Tantangan dan kekuatan BRTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal

Dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan ketat dengan televisi lokal lainnya, BRTV merasakan tekanan dari produksi konten yang lebih besar oleh pesaingnya. Perubahan tren konsumsi media di era digital semakin menambah kompleksitas, dengan audiens beralih ke platform online dan streaming (Suryawato dan Alam, 2022). Meskipun dihadapkan pada kendala tersebut, BRTV memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi pilar utama strategi pemertahanan eksistensinya. Salah satu kekuatan

yang dimiliki BRTV adalah keterlibatan langsung dengan komunitas lokal. Fokus pada dakwah, berita lokal, dan program hiburan memungkinkan BRTV membangun hubungan yang erat dengan audiens. Sebagai media lokal, BRTV dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi audiens lokal, menyajikan konten yang lebih relevan dan bermakna.

Kolaborasi dengan industri lokal, bisnis UMKM, dan lembaga pemerintah menjadi langkah strategis lainnya yang ditempuh oleh BRTV. Dengan menampilkan dan mendukung kegiatan-kegiatan lokal, BRTV dapat memperkuat keterikatan dengan komunitas, membuka peluang bagi pemasukan iklan lokal, dan memperkuat citranya sebagai bagian integral dari kehidupan kota dan daerah. Berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan media menjadi kunci kesuksesan BRTV. Dengan menggabungkan kekuatan lokal, kolaborasi, dan kreativitas, BRTV berhasil menciptakan program acara yang informatif, edukatif, dan kreatif. Prestasi ini tercermin dalam penghargaan yang diterima dari KPID Jawa Barat dalam kategori program siaran religi televisi. BRTV telah berhasil mengatasi tantangan serta memanfaatkan peluang untuk mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal yang tidak hanya relevan tetapi juga dicintai oleh audiensnya. Keberhasilan ini mencerminkan komitmen BRTV dalam menjaga kedekatannya dengan komunitas lokal dan terus menyajikan konten yang memenuhi harapan serta kebutuhan penonton setianya.

Hambatan dan peluang BRTV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal

Dalam mengembangkan sebuah perusahaan, pertimbangan terhadap hambatan dan peluang menjadi krusial untuk merumuskan strategi pertumbuhan. Hal ini juga berlaku bagi BRTV, sebuah televisi lokal yang berusaha mempertahankan eksistensinya. Dengan menganalisis hambatan dan peluang, BRTV dapat menentukan langkah strategisnya, sejalan dengan teori ekonomi politik media oleh Vincent Moscow. Hambatan yang dihadapi BRTV antara lain terkait dengan komodifikasi isi. Saat ini, audiens lebih cenderung beralih ke platform online atau aplikasi berbayar seperti YouTube. Untuk mengatasi hal ini, BRTV terus berinovasi dalam memproduksi program, melakukan riset audiens, dan aktif mempromosikan programnya melalui media sosial. Komitmen ini tercermin dalam upaya berkelanjutan untuk mempertahankan dan menarik perhatian audiens. Dalam konteks komodifikasi khalayak, BRTV menghadapi persaingan dengan media online yang menyebabkan penurunan penonton. Namun, BRTV juga melihat peluang dalam komodifikasi khalayak, dengan menciptakan program-program yang menarik bagi penonton dan sekaligus menarik minat pemasang iklan. Kreativitas dan keunikan kontennya menjadi diferensiator yang efektif, dan pemanfaatan media sosial dan teknologi digital membantu membangun hubungan kuat dengan audiens.

Sementara itu, dalam konteks komodifikasi tenaga kerja, BRTV melakukan banyak rekrutmen untuk posisi baru guna meningkatkan dukungan finansial dan eksposur. Ini menciptakan peluang besar bagi BRTV untuk mempertahankan eksistensinya dan mendukung pertumbuhan industri yang berkelanjutan. Keseluruhan, BRTV terus berupaya mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang-peluang ini untuk mempertahankan posisinya sebagai televisi lokal yang relevan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan konsep teori, dapat disimpulkan bahwa BRTV mengadopsi strategi komodifikasi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Dalam menghadapi tantangan persaingan dengan televisi lokal dan nasional, serta perubahan perilaku audiens yang beralih ke platform online, BRTV menerapkan komodifikasi isi dengan memanfaatkan program acara dan media sosial sebagai sarana komunikasi. Melalui pembaruan program, kreativitas konten, dan penargetan usia audiens, BRTV berhasil mempertahankan daya tariknya, khususnya di wilayah Jabodetabek. Selain itu, komodifikasi khalayak menjadi fokus dalam menarik pengiklan dengan konten yang sesuai minat khalayak, membuka peluang pendapatan melalui iklan dan sponsor. Pada aspek komodifikasi tenaga kerja, rekrutmen pekerja baru dan peningkatan konten lokal melalui dukungan finansial menjadi strategi untuk mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang, yang tercermin dari postingan media sosial Instagram BRTV. Meskipun dihadapkan pada persaingan dan perubahan tren media, BRTV berhasil mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal yang dicintai, terbukti dengan penghargaan dari KPID Jawa Barat untuk program siaran religi.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak terkait strategi dan promosi BRTV. Pertama, dalam merancang strategi, BRTV sebaiknya tetap mempertahankan dan tidak mengurangi konten dakwah dan lokal, mengingat hal tersebut menjadi ciri khas dan keunikan televisi lokal yang tidak dapat diakses oleh media televisi nasional. Kedua, peneliti menyarankan agar BRTV lebih proaktif dalam mempromosikan program-program acaranya melalui media sosial dan Ma'jelis Ta'lim. Langkah ini diharapkan dapat menjangkau audiens yang mungkin kurang tertarik dengan media lokal, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kehadiran BRTV di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriany, F. (2016). *MANAJEMEN MEDIA MASSA TEKNOLOGI PENYIARAN INDONESIA MENUJU ERA DIGITAL*. Universitas Sumatera Utara.
- Azwar, A. P. (2018). *ETIKA DALAM PROGRAM HIBURAN TELEVISI*.
- Eka Yusup, M. M. (2023). *ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN KEDAI KOPI SMNTARA COFFEE*.
- H.B, S. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta, Jawa Tengah: Surakarta Sebelas Maret University Press.
- Tri Widya Budiharti, F. H. (2022). *Media Film Sebagai Sarana Pembelajaran Pendidikan Karakter*.
- Prasojo, M. (2020). *PETA KOMPETISI TELEVISI LOKAL DI BATAM*. Universitas Islam Indonesia.
- Ramza, A. (2022). *EKOLOGI MEDIA GALUHNEWS TV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA PADA ERA DIGITAL (Studi Deskriptif Pada Media Lokal Galuhnews TV)*.

- Saefullah. (2020). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi Terhadap Karakter Anak*. BDK JAKARTA KEMENTERIAN AGAMA RI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Zerico Bimantara, M. F. (2023). EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA SIARAN DIGITAL.