BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELTIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data dan Temuan Peneltian

Paparan data ini di dapat dari hasil pengamatan atau observasi secara langsung di lapangan, wawancara langsung dengan narasumber, serta deskripsi informasi lain yang mendukung terhadap data yang di dapat.

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal Hikmah TV Pamekasan dalam Meningkatkan Minat Penonton

Menetapkan atau menentukan sebuah strategi komunikasi pemasaran dalam sebuah perusahaan tidak mudah, ada banyak hal yang perlu dipikirkan sebelum menentukan strategi komunikasi pemasarannya. Strategi komunikasi pemasaran yang biasa diterapkan oleh perusahaan terdapat berbagai macam cara atau pola yang dilakukan, diantaranya ditentukan langsung oleh pemimpin perusahaan, menjalankan strategi yang sudah ada atau turun menurun dari perusahaan itu, dan melakukan pembaruan atau inovasi dari hasil diskusi antara pemimpin dan karyawan perusahaan atau organisasi tersebut.

> "Dalam menentukan sebuah strategi kita harus melakukan pendekatan dengan pelanggan kita, yaitu dengan cara berkomunikasi dengan pelanggan. Untuk strategi yang lain nanti tanyakan kepada kak badrusnya karena dia yang paling berperan besar menjalankan strategi ini. Nah, dari hal itu yang saya sebutkan tadi berkomunikasi dengan pelanggan kita bisa mengetahui apa kekurangan kita dan kita bisa memperbaiki hal itu untuk nantinya ada pembaruan di konten kami. Dan itu juga termasuk sebuah strategi komunikasi pemasaran yang kami lakukan untuk tetap mempertahankan pelanggan atau penonton. Kami berusaha mempertahankan penonton atau pelanggan kami. Dengan demikian tentunya nanti akan ada peningkatan masyarakat yang berlanganan di televisi ini".[1]

[1] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (21 Oktober 2022).

Selain strategi yang disebutkan oleh Samhari selaku wartawan di Hikmah TV, Badrus Sholeh selaku Direktur Penyiaran juga menyampaikan bahwasannya Hikmah TV juga memanfaatkan perkembangan media di era digital sekarang ini. Media yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan yaitu *facebook, youtube, Instagram*, serta media lainnya.

> "Selain strategi itu yang memang sudah kami terapkan, melakukan pendekatan dengan pelanggan ya. Disini kami juga memanfaatkan perkembangan media. Maksudnya konten yang kami tayangkan tidak hanya di televisi melainkan kami juga tayangkan di media *youtube*, *facebook* tentunya dengan pengikut yang ribuan. Kemudian ada lagi kami juga melakukan siasat sebagai strategi komunikasi pemasaran yang kami lakukan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang sangat baik kepada masyarakat seperti segera memperbaiki semua keluhan dari pelanggan dan menerima masukan dari pelanggan seperti halnya pembaruan konten. Hal itu dilakukan karena disini kami lebih mengutamakan pelayanan yang baik kepada pelanggan, karena memang disini sifatnya lebih kepada menjual jasa".[2]

Pemanfaatan media yang dilakukan oleh televisi lokal Hikmah TV ini merupakan Korvergensi Media yang artinya memanfaatkan media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan. Pemanfaatan media tersebut juga termasuk kedalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV. Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian penonton di *channel youtube* dan *facebook* dengan tujuan agar berlangganan di TV lokal Hikamah TV. Strategi menerima masukan dan juga segera memperbaiki semua keluhan dari pelanggan dilakukan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan di Hikmah TV. Strategi komunikasi tersebut dilakukan karena di Hikmah TV sifatnya menjual jasa.

[2] Badrus Sholeh, Direktur Penyiaran Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

Selain pemanfaatan media, segera memperbaiki keluhan dari pelanggan, dan menerima masukan dari pelanggan, Badrus Sholeh juga menambahkan bahwa strategi atau cara untuk meningkatkan minat pelanggan atau penonton yaitu dengan cara membeli program siaran.

> " Selain itu untuk meningkatkan jumlah pelanggan kami juga membeli program. Setelah mendapatkan izin dari Menteri Komunikasi dan Infomatika RI tentang izin penyelenggaraan penyiaran kemudian kami Hikmah TV membeli program siaran di Jakarta untuk mengembangkan saluran hingga saat ini sudah memiliki 40 saluran atau *channel* yang siap disalurkan ke pelanggan sesuai dengan permintaan. Ada Rp. 25.000 dengan saluran yang terbatas, dan Rp. 35.000 dengan akses semua saluran yang ada."[3]

Dengan pembelian program tersebut maka pelanggan di Hikmah TV ini tidak hanya menikmati tayangan lokal, akan tetapi juga bisa menikmati tayangan nasional dan juga tayangan internasional.

> "Iya memang benar strategi komunikasi yang kami lakukan sekarang seperti itu, menerima saran dan keluhan dari masyarakat bagian dari *marketing* atau pemasaran yang kami lakukan, karena dengan demikian masyarakat akan percaya terhadap kami, percaya maksudnya kami bisa membuat konten yang baru dan menarik sehinggan dengan itu masyarakat akan tetap berlangganan terhadap kami, tentunya nanti akan ada peningkatan orang yang berlangganan atau menonton konten di TV kami".[4]

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV saat ini dengan cara melakukan pendekatan kepada para pelanggannya. Pendekatan tersebut berbentuk komunikasi dengan cara menerima masukan dari pelanggan dan segera memperbaiki keluhan dari pelanggan, memanfaatkan perkembangan media, dan menambah program atau *channel*. Strategi komunikasi pemasaran tersebut dilakukan untuk mempertahankan dan juga meningkatkan minat pelanggan atau penonton dari televisi Hikmah TV.

---

[3] Badrus Sholeh, Direktur Penyiaran Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).
[4] Guntur Alfarouq, Sekretaris Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

> "Sebenarnya disini pelayanan menjadi hal utama yang kami lakukan sebagai bentuk strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat penonton, kami disini sifatnya menjual jasa. Jadi pendetakan yang kami lakukan yaitu dengan mengutamakan pelayanan terhadap para pelanggan atau penonton di Hikmah TV ini."[5]

Pelayanan yang diberikan oleh Hikmah TV yaitu dengan cara mengatasi dengan cepat semua keluhan dari para pelanggannya, seperti ketika ada kabel yang putus dan *channel* tidak terang.

> "Kenapa pelayanan sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran yang kami utamakan kerena memang itu sudah dari dulu dan terus kami lakukan sampai sekarang, dan alhamdulillah itu berjalan efektif. Selain itu kenapa pelayanan menjadi hal utama kami karena kami sifatnya menjual jasa dan disini televisi kabel juga televisi berlangganan mas".[6]

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV terdapat berbagai macam bentuk dan cara, seperti strategi komunikasi pemasaran mengutamakan pelayanan. Hikmah TV berusaha menggunakan strategi komunikasi pemasarannya dengan baik, agar mendapatkan efektifitas komunikasi yang diinginkan. Strategi komunikasi pemasaran yang efektif dapat memberikan keuntungan berupa meningkatnya pelanggan di Hikmah TV.

> "Strategi komunikasi pemasaran yang kami lakukan ada beberapa strategi. Strategi tersebut sejauh ini berjalan dengan baik dan efektif. Namun ada juga tantangan dan sedikit penghambat kami dalam menyampaikan strategi tersebut. Akan tetapi yang menjadi strategi utama adalah di pelayanan. Karena disini kami lebih kepada menjual jasa. Maksudnya menjual jasa disini, Hikmah TV ini merupakan TV langganan. Jadi jika ada yang menikmati tayangan kami maka harus berlangganan terlebih dahulu".[7]

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV didukung dengan adanya konten-konten menarik, menghibur dan mendidik yang siap

---

[5] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (21 Oktober 2022).
[6] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).
[7] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

ditayangkan untuk para pelanggan Hikmah TV. Tayangan tersebut seperti pengajian, lagu-lagu madura, berita, dan konten lainnya.

> "Kami disini juga menayangkan konten-konten yang tentunya bisa menghibur, mendidik juga sebagai pendukung dalam strategi komunikasi pemasaran kami. Konten atau program disini sekarang penayangannya teratur, sudah ada jadwalnya masing-masing. Beda sebelum mendapatkan izin dari KPID Jatim".[8]

Hikmah TV sangat kesulitan dalam mendapatkan perizinan hak siar dari KPID Jawa Timur. Namun hal tersebut tidak menjadi hambatan yang menjadikan putus asa pemilik dalam memproses perizinan hak siarnya. Setelah izin keluar dari KPID Jatim Hikmah TV membuat program yang semakin banyak tentunya dengan program yang menghibur, dan mendidik.

> "Hikmah TV memiliki berbagai program yang ditayangkan pada sekarang ini. Namun sebelum itu kami sangat kesulitan dalam mendapatkan perizinan hak siar dari KPID Jawa Timur. Hal tersebut tidak menjadi hambatan yang menjadikan putus asa kami dalam memproses perizinan hak siarnya. Perizinan itu tetap kami urus sehingga kami mendapatkan izin dari KPID pada tahun 2015. Program-program yang dulu tetap kami jalankan dengan ditambah program baru. Program-program yang ditayangkan di Hikmah TV mendapatkan respon yang baik dari KPID Jatim sebagai Pengawas kami".[9]

Artinya program-program yang tayang di televisi Hikmah TV sebagai pendukung keberhasilan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan mendapatkan respon yang baik dari KPID Jawa Timur. Respon baik tersebut seperti untuk tetap melanjutkan program yang ada di Hikmah TV terutama program pengajian. Program ini dinilai sangat baik oleh badan pengawas yaitu KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) Jawa Timur. Pihak KPID sebagai pengawas memberikan masukan terhadap program-program yang ditayangkan di Hikmah TV, serta pihak KPID berkunjung setiap setahun sekali ke kantor Hikmah TV seperti yang dikatakan oleh Badrus Sholeh.

---

[8] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).
[9] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

> "Strategi komunikasi pemasaran atau sistem pemasaran yang kami lakukan itu menyesuaikan dengan sistem yang ada disini. Hikmah TV sistemnya adalah menjual jasa, jadi memberikan pelayanan yang baik adalah strategi utama yang kami lakukan. Pemasangan iklan seperti menggunakan banner di pinggir jalan, menayangkan video di videotron itu kami tidak melakukan. Hanya saja kami juga melakukan promosi melalui ranning teks (teks berjalan) di siaran Hikmah TV".[10]

Program atau konten yang ditayangkan di Hikmah TV bisa memberikan informasi yang bermanfaat untuk masyarakat atau pelanggannya, terutama program pengajian sebagai program utama di Hikmah TV.

> "saya pikir konten-konten di Hikmah TV cukup baik. Terutama untuk pengajian, saya menyukai banyak program yang menyajikan informasi yang bermanfaat dan berguna kepada masyarakat. Program-program ini juga membantu meningkatkan pengetahuan dan wawasan kita tentang berbagai topik keagamaan".[11]

Dari beberapa konten atau program yang dtayangkan tentunya terdapat beberapa masukan atau keluhan yang disampaikan kepada Hikmah TV oleh pelanggannya. keluhan tersebut disampaikan langsung melalui admin yang sudah ada di Hikmah TV. Sebagai bentuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya Hikmah TV langsung memperbaiki keluhan-keluhan tersebut.

> "jika terdapat sebuah masalah seperti *channel* yang tidak terang, saya mencoba memperbaiki masalah tersebut terlebih dahulu, dengan mencoba untuk memeriksa koneksi kabel, menyesuaikan pengaturan pada TV, atau mencoba untuk mematikan dan menghidupkan kembali TV. Jika masalah itu belum terselesaikan, saya langsung menghubungi admin Hikmah TV untuk meminta bantuan".[12]

Dari paparan data yang sudah dipaparkan maka strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV yaitu lebih mengutamakan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya. Pelayan tersebut seperti menerima masukan dari pelanggan berupa pembaruan konten, memperbaiki dengan cepat keluahan dari pelanggan seperti tayangan yang tidak jelas, dan kabel yang

---

[10] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (27 Februari 2023).
[11] Sumailah, Pelanggan di Hikmah TV, *Wawancara Lewat Whatshaap* (4 Maret 2023).
[12] Sumailah, Pelanggan di Hikmah TV, *Wawancara Lewat Whatshaap* (4 Maret 2023).

putus. Selain memberikan pelayanan yang baik Hikmah TV juga menerapkan strategi komunikasi berupa penambahan program nasional dan internasional serta pemanfaatan berkembangnya media. Strategi yang digunakan di Hikmah TV hanya bersifat internal, memasang iklan di banner dan iklan video yang ditayangkan di videotron yang sifatnya eksternal tidak mereka lakukan sebagai strategi komunikasi pemasaran. Hal itu terjadi karena sistem yang digunakan di Hikmah TV adalah menjual jasa. Jadi pelayanan yang baik adalah strategi utama yang Hikmah TV lakukan.

2. Peluang dan Hambatan Televisi Lokal Hikmah TV Pamekasan dalam Meningkatkan Minat Penonton

Dalam meningkatkan minat pelanggan atau penonton di televisi lokal Hikmah TV ini terdapat hambatan atau tantangan dan juga terdapat sebuah peluang kedepan yang bisa dilakukan untuk meningkatkan minat dari pelanggan atau penonton terhadap televisi lokal ini. Peluang yang dimaksud yaitu bagaimana televisi lokal Hikmah TV ini bersaing dengan televisi lokal lainnya, karena persaingan antar media sendiri semakin banyak dan berkembang khususnya di Kabupaten Pamekasan. Hal tersebut terbukti dengan berkembangnya media-media, baik itu media cetak, *online*, dan media elektronik.

> "Peluang kami kedepan dalam meningkatkan minat penonton atau pelanggan sangatlah besar meskipun tantangan atau penghambatnya yaitu persaingan media yang semakin banyak dan berkembang. Namun peluang itu bisa didapatkan dengan cara kita melakukan pembaruan konten dan selalu update dengan apa yang di senangi oleh pelanggan atau penonton."[13]

Kemudian selain terdapat peluang untuk televisi lokal ini dalam menyampaikan strategi komunikasi pemasarannya dalam meningkatkan minat penonton atau pelanggan tentunya juga terdapat sebuah hambatan atau tantangan di

[13] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

dalam penyampaian tersebut. Perkembangan media di era digitalisasi seperti saat ini menyebabkan media seperti televisi bisa berkembang semakin cepat. Persaingan antar media televisi pun semakin terlihat.

> "Saat ini yang menjadi tantangan atau kesulitan kami dalam meningkatkan minat penonton atau pelanggan itu adanya persaingan media. Media sekarang khsususnya media televisi itu banyak yang melakukan inovasi, mengingat perkembangan media yang semakin cepat. Namun hal itu tidak menjadi penghalang kami untuk tetap mealukan cara dalam meningkatkan minat penonton di televisi kami. Kemudian ini juga kami kekurangan SDM, maksudnya kami disini tidak ada orang yang berfokus dibagian marketing untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran, strategi itu dilakukan oleh karyawan yang ada, dan kami saling bekerjasama."[14]

Sumber daya manusia (SDM) di dalam organisasi memiliki peran yang sangat penting. Kekurangan SDM bisa menjadi salah satu tantangan atau hambatan sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya. Didalam organisasi Hikmah TV yang melakukan tugas menyampaikan strategi komunikasi pemasarannya yaitu semua karyawan yang ada di Hikmah TV, tidak dilakukan oleh karyawan khusus yang berada di divisi pemasaran atau *marketing*.

> "Disini yang bertugas dalam penyampaian strategi itu semua karyawan yang ada. Namun yang lebih berfokus ke itu saya sendiri. Karena disini memang tidak ada divisi pemasarannya. jadi kami saling bekerja sama dalam melaksanakan strategi itu. Dan menjadi tantangan sendiri kemudiian menjadi sedikit penghambat bagi kami dalam penyampaian strategi-strategi yang sudah kami persiapkan. Namun hal itu tidak membuat kami menyerah, karena disini kami yakin akan tetap ada peluang yang bisa kami dapatkan.[15]

Samhari sebagai wartawan Hikmah TV juga mengatakan bahwasannya yang menjadi tantangan atau hambatan Hikmah TV dalam menyampaikan strategi komunikasi pemasaran yaitu persaingan media yang semakin berkembang dan kompetitif. Media-media sekarang ini tidak hanya media elektronik seperti televisi

---

[14] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).
[15] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

dan radio akan tetapi juga bermunculan media-media *online* yang sangat mudah dinikmati oleh masyarakat.

> "Sekarang ini apa-apa sudah bisa di tonton melalui HP , persaingan media semakin ketat dan berkembang. Hal ini sedikit menjadi tantangan atau penghambat kami dalam menyampaikan strategi komunikasi pemasran. Namun kami tetap mencari solusi untuk menghadapi itu seperti pembaruan konten di *channel* kami".[16]

Dengan berkembangnya teknologi seperti sekarang ini, bisa memudahkan setiap orang dalam melakukan beberapa hal. Seperti misalnya jika ingin melihat sebuah berita, maka bisa dilihat hanya melalui *handphone*. Maka dari itu Hikmah TV perlu melakukan atau mencari solusi untuk menghadapi persaingan media seperti yang terjadi saat ini.

Dari paparan data tersebut dapat diketahui bahwasannya hambatan dari Hikmah TV ini dalam meningkatkan minat penonton yaitu persaingan media yang semakin ketat, serta kekurangan SDM atau sumber daya manusia. Kemudian peluang dari Hikmah TV dalam meninkatkan minat penonton sangat besar bisa bersaing dengan cara memperbaharui konten serta selalu *update* dengan apa yang disenangi oleh pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat dirumuskan beberapa temuan penelitian sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran televisi lokal Hikmah TV Pamekasan dalam meningkatkan minat penonton.

   a. Melakukan pendekatan dengan pelanggan atau penonton.

[16] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (21 Oktober 2022).

b. Melakukan komunikasi dengan pelanggan atau penonton sebagai bentuk pendekatan yang dilakukan oleh pihak Hikmah TV
c. Menerima masukan dari pelanggan atau penonton.
d. Memenuhi permintaan dari pelanggan atau penonton berupa pembaruan konten di televisi ini.
e. Memperbaiki dengan cepat semua keluhan dari pelanggan berupa tayangan yang tidak cerah, serta ketika ada kabel yang putus.
f. Memanfaatkan perkembangan media seperti *youtube* dan *facebook* untuk menarik perhatian masyarakat tentang program yang ada di televisi atau melakukan konvergensi media.
g. Menambah program siaran, maksudnya para penonton atau pelannggan tidak hanya bisa menikmati tayangan lokal saja akan tetapi tayangan nasional dan juga internasional.

2. Peluang dan hambatan televisi lokal Hikmah TV Pamekasan dalam meningkatkan minat penonton.

a. Hambatan Hikmah TV dalam meningkatkan minat penonton yaitu persaingan antar media khususnya media televisi yang semakin banyak dan berkembang sehinggan menjadi kesulitan atau hambatan televisi lokal Hikmah TV ini dalam meningkatkan minat pelanggan atau penonton.
b. Kurangnya SDM (sumber daya manusia) menjadi hambatan atau tantangan dalam menyampaikan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pelanggan. Kurangnya SDM tersebut maksudnya strategi-strategi yang dilakukan oleh Hikmah TV tidak dilakukan oleh orang yang

membidangi itu (*marketing*) akan tetapi dilakukan oleh semua karyawan yang ada dan saling bekerjasama.

Selain hambatan atau tantangan tersebut tentunya Hikmah TV memiliki peluang untuk tetap bisa meningkatkan minat penonton atau pelanggan. Peluang tersebut sebagai berikut:

a. Peluang Hikmah TV dalam meningkatkan minat penonton di persaingan media seperti saat ini sangat besar bisa bersaing dengan media lainnya. yaitu dengan cara memperbaharui konten, serta selalu *update* dengan apa yang di senangi oleh pelanggan.

B. Pembahasan

Pembahasan ini berisi tentang paparan data hasil penelitian yang ditemukan di lapangan dan relevasinnya dengan teori yang dijelaskna di bab sebelumnya. Pada pembahasan ini juga terdapat jawaban dari fokus penelitian yang dilakukan.

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal Hikmah TV Pamekasan dalam Meningkatkan Minat Penonton

Komunikasi pemasaran dalam sebuah perusahaan digunakan untuk mengenalkan sebuah produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Produk bisa berbentuk barang, jasa, dan gagasan. Namun perusahaan harus memiliki strategi tertentu yang digunakan dalam penyampaian komunikasi pemasaran untuk mengenalkan produknya. Hikmah TV merupakan perusahaan televisi lokal yang memiliki produk berupa sebuah konten dan penjualan jasa yang harus dipasarkan agar pelanggan atau penonton di Hikmah TV meningkat setiap tahunnya. Pemasaran tersebut harus dilakukan dengan strategi yang tujuannya untuk

mencapai sebuah keberhasilan. Namun strategi tersebut tidak hanya digunakan sebagai perencanaan saja, akan tetapi sebagai taktik, prespektif, posisi, dan pola untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Seperti yang dikatakan Henry Minttzberg bahwasannya strategi terbagi menjadi lima definisi yaitu strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik, dan strategi sebagai prespektif.

Strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukan arah saja, tetapi harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi sangat diperlukan di dalam proses penyampaian komunikasi karena pesan yang kita sampaikan harus di terima dalam arti *receive* tetapi ada juga *accepted*. Kemudian startegi komunikasi sendiri merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[17]

Pemasaran menurut Griffin dan Eberr adalah sebuah proses dalam merencanakan dan melaksanakan konsepsi, harga dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen.[18]

Pemasaran atau *marketing* memiliki peran penting didalam penjualan jasa seperti yang dilakukan oleh Hikmah TV untuk meningkatkan minat penonton atau pelanggannya. Pemasaran tidak hanya menyampaikan produk ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa yang dijual dapat memberikan kepuasan

---

[17] Deri Kalianda, "Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) dalam Mengimplementasikan Program Green City di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi," *Jom Fisip*, 5, No.1(April, 2018): 3, https://media.neliti.com/media/publications/205138-strategi-komunikasi-dinas-lingkungan-hid.

[18] Rita Nurmalina, " PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi", ed. M. Cepi Cahadiyat et al. (Bogor: Kampus IPB Taman Kencana, 2015), 3.

kepada pelanggan secara berkelanjutan. Sehingga, keuntungan perusahaan dapat diperoleh sengan terjadi pemebelian jasa secara berulang. Pemasaran memiliki beberapa jenis seperti pemasaran *branding*, iklan siaran, MLM, online atau internet, WoMM, PR *marketing*, dan *relationship marketing*.[19]

Didalam strategi komunikasi pemasaran terdapat dua pola atau jenis. Strategi komunikasi pemasaran tersebut yaitu *Top Down* dan *Bottom Up:*

a. Strategi Komunikasi Pemasaran *Top Down*

Strategi komunikasi pemasaran ini ditentukan oleh pimpinan perusahaan tanpa melihat situasi dan kondisi target konsumennya. Semua terstruktur dan kaku dengan alur sistematik hierarki perusahaan. Di sini peran pemimpin begitu dominan dalam menentukan arah dan strategi perusahaan yang diimplementasikan dengan strategi komunikasi pemasaran yang ada. Kelemahan model ini biasanya berasal dari pengetahuan perusahaan terhadap situasi dan kondisi masyarakat yang begitu terbatas.

b. Strategi Komunikasi Pemasaran *Bottom Up*

Dalam strategi ini semua strategi berangkat dari bawah. Maksudnya gagasan, strategi dan taktik perusahaan malah mengekor dari keberhasilan strategi komunikasi pemasaran yang ada. Kondisi sedemikian terjadi karena perusahaan memiliki tenaga sumber daya manusia yang handal dalam komunikasi pemasaran. Terhadap pengenalan akan situasi, pasti mereka sudah tahu benar bagaimana

[19] Novi Fuji Astuti,"*Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli, Berikut Strategi dan Fungsinya",* Merdeka.com, diakses dari https://m.merdeka.com/jabar/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-berikut-strategi-dan-fungsinya-kln.html pada tanggal 29 Oktober 2022, pukul 23.30 WIB.

kejadian dilapangan. Kelemahan dalam sistem ini adalah sering berubah-ubah terutama dalam hal strategi perusahaan sehingga terkesan perusahaan tidak memiliki ketetapan bentuk dan kebijakan dalam membuat perencanaan bisnis.[20]

Ada beberapa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV. Seperti yang disebutkan oleh beberapa karyawan di Hikmah TV. Berikut strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV beserta penjelasannya.

a. Melakukan Pendekatan dengan Pelanggan atau Penonton.

Pendekatan dengan pelanggan merupakan bentuk atau siasat yang dilakukan oleh Hikmah TV sebagai strategi komunikasi pemasarannya. Pendekatan tersebut dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yang ada agar tetap berlangganan di Hikmah TV dan diharapkan pelanggan Hikmah TV meningkat. Pendekatan yang dilakukan berbentuk komunikasi antara hikmah TV dan para pelanggannya. [21]

b. Melakukan Komunikasi dengan Pelanggan atau Penonton

Komunikasi yang dilakukan oleh Hikmah TV dengan para pelanggan atau penontonnya dilakukan sebagai bentuk pendekatan. Model komunikasi yang dilakukan yaitu Hikmah TV menyediakan nomer Admin untuk para pelanggan menelfon ketika terdapat sebuah keluhan mengenai tayangan di Hikmah TV. Komunikasi tersebut berjalan dua arah dan terdapat *feedback* di

[20] Ismawati Doembana, Abdul Rahmat dan Muhammad Farhan, *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017), 80.
[21] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (21 Oktober 2022).

dalamnya. Bentuk komunikasi yang dilakukan yaitu komunikasi antara pelanggan dengan admin di Hikmah TV dengan menggunakan media *handphone* dan ada pengaruh atau *feedback* di dalam komunikasi tersebut.[22]

Komunikasi yang dilakukan oleh Hikmah TV sesuai dengan tujuan dan fungsi komunikasi menurut Gordon I. Zimmermen yaitu pertama, berkomuikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebtuhan. Menjalankan strategi merupakan kebutuhan yang harus dilaksanakan oleh Hikmah TV. Kedua, berkomunikasi untuk menciptakan hubungan dengan orang lain. Komunikasi yang dilakukan oleh Hikmah TV yaitu menjalin komunikasi dengan para pelanggannya sebagai bentuk salah satu strategi yang dilakukan.[23]

Dari model komunikasi yang dilakukan oleh Hikmah TV maka model tersebut termasuk pada model komunikasi Laswell. Dimana Model komunikasi ini, merupakan ungkapan verbal yakni *who* (siapa), *say what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran pembicara pesan pendengar komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *whith what efect* (unsur pengaruh).

c. Menerima Masukan dari Pelanggan atau Penonton.

Isi komunikasi yang dilakukan seperti yang disampaikan oleh Samhari salah satu karyawan Hikmah TV yaitu selain keluhan dari pelanggan juga berupa masukan. Masukan tersebut seperti pembaruan atau inovasi dalam konten baik konten pengajian, ceramah, dan juga konten lainnya.[24]

---

[22] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (21 Oktober 2022).
[23] Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu KOmunikasi*, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2018),5-6.
[24] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

d. Memperbaiki Keluhan dari Pelanggan atau Penonton

Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan terhadap Hikmah TV yaitu berupa tayangan atau *channel* yang tidak terang serta kabel yang putus. Keluhan yang disampaikan oleh Pelanggan atau Penonton Hikmah TV tidak hanya disampaikan melalui telfon saja, akan tetapi keluhan tersebut juga disampaikan melalui komentar pada konten atau program pengajian di *channel youtube* Hikmah TV. Kemudian keluhan-keluhan tersebut segera diperbaiki dengan cepat oleh pihak Hikmah TV sebagai bentuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap para pelanggan. Hal tersebut dilakukan karena pelayanan yang baik adalah strategi utama dari Hikmah TV sebagai televisi yang sifatnya menjual jasa.[25]

Gambar 4.1 Keluhan Penonton di *Youtube* Hikmah TV

e. Memanfaatkan Perkembangan Media

Hikmah TV merupakan televisi yang menerapkan konvergensi media. Konvergensi media merupakan strategi bisnis dimana perusahaan komunikasi

[25] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

menggabungkan atau mengintegrasikan kepemilikannya atas *property* media yang berbeda.[26] Badrus Sholeh mengatakan Hikmah TV menayangkan konten atau programnya tidak hanya di televisi saja akan tetapi memanfaatkan perkembangan media seperti media *Youtube* dan *Facebook*.[27]

Gambar 4.2 *Channel Facebook* Hikmah TV

Gambar 4.3 *Channel Youtube* Hikmah TV

f. Menambah Program atau *Channel*

Badrus Sholeh mengatakan penambahan program siaran atau penambahan *channel* dilakukan oleh Hikmah TV agar para pelanggan atau penontonnya bisa menikmati tayangan tidak hanya tayangan lokal saja akan tetapi juga bisa menikmati tayangan nasional dan internasional. Hal ini dilakukan sebegai bentuk strategi komunikasi pemasaran yang kami lakukan untuk meningkatkan minat penonton. Dengan tayangan yang bervarian maka pelanggan tidak akan bosan dengan tayangan yang kami berikan.[28]. Berikut beberapa *channel* dengan

[26] Vanya Karunia,"*Konvergensi Media* :*Pengertian dan Dampaknya",* Kompas.com, diakses dari .https://amp.kompas.com/skola/read/2021/12/27/090000369/konvergensi-media--pengertian-dan-dampaknya pada tanggal 30 Oktober 2022, pukul 00.27 WIB.
[27] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).
[28] Badrus Sholeh, Kordinator Direktur Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2022).

tayangan nasional dan internasional yang bisa dinikmati oleh para pelanggan Hikmah TV yang disalurkan oleh PT. Hikmah Multivision selain tayangan lokal.

NO	Nama Program	Klasifikasi
1	TVRI	Umum (LPP Televisi, dalam Negeri)
2	TVRI Surabaya	Umum(LPPL Telvisi, dalam Negeri)
3	SCTV	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
4	ANTV	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
5	Trans TV	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
6	Trans 7	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
7	Metro TV	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
8	TV One	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
9	Indosiar	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
10	Madura Channel	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
11	Bali TV	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
12	JTV Surabaya	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
13	Jak TV	Umum (LPS Televisi, dalam Negeri)
14	Festival	Umum (Dalam Negeri)

15	Jowo Channel	Umum (Dalam Negeri)
16	Dangdut Channel	Musik (Dalam Negeri)
17	Top Hits	Musik (Dalam Negeri)
18	Channel [V]	Musik (Dalam Negeri)
19	Bein-1	Olahraga (Luar Negeri)
20	Bein-2	Olahraga (Luar Negeri)
21	FOX Sport	Olahraga (Luar Negeri)
22	Star Sport	Olahraga (Luar Negeri)
23	Fight Sport	Olahraga (Luar Negeri)
24	FOX Crime	Film (Luar Negeri)
25	FOX movie premium	Film (Luar Negeri)
26	KIX	Film (Luar Negeri)
27	FX	Film (Luar Negeri)
28	FOX	Film (Luar Negeri)
29	Star World	Film (Luar Negeri)
30	STAR Chinese Movie Legend	Film (Luar Negeri)
31	FOX Family Movies	Film (Luar Negeri)

32	Thrill	Film (Luar Negeri)
32	Star Chinese Channel	Hiburan (Luar Negeri)
34	Festival 604	Hiburan (Dalam Negeri)
35	HAARI TV	Hiburan (Luar Negeri)
36	HAARI KIDS	Hiburan anak-anak (Luar Negeri)
37	HAARI DRAMA	Film (Luar Negeri)
38	HAARI MOVIE	Film (Luar Negeri)
39	HAARI MUSIC	Musik (Luar Negeri)
40	Nat Geo Channel	Ilmu Pengetahuan (Luar Negeri)

Tabel 4.1 Daftar *Channel* yang disalurkan Hikmah TV

Penambahan *Channel* nasional dan internasional tersebut didapatkan dari K-VISION melalui surat perjanjian yang dikirim dari kedua pihak antara Hikmah TV dengan perusahaan K-VISION.[29] *Channel* tersebut dikolaborasikan dengan tayangan lokal yang ada di Hikmah TV sendiri sebagai tambahan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat penonton atau pelanggan. Untuk program lokal di Hikmah TV dibagi menjadi 2, yaitu program harian dan mingguan.

a. Program Acara Harian

Jam	Nama Acara	Isi	Keterangan

[29] Guntur Alfarouq, Sekretaris Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (3 Maret 2023).

04. 55-05.00	Opening Ceremony	Spot Hikmah Vision	Off Air
05.00-07.00	Hikmah pagi	-Tartil alquran -Lagu sholawat -Lagu qasidah -Ceramah agama	On / Off Air diselingi informasi ringan
07.00-09.00	Gitar gambus	-Lagu gambus Madura lawas	Off Air
09.00-11.00	In dangdut	Lagu dangdut asli+ modern	On/ Off Air
11.00-13.00	Sate madura	-Budaya mudara -Lawak Madura -Dangdut Madura -Kesenian khas Madura	On / Off Air diselingi informasi ringan
13.00-15.00	Berita hikmah	-Berita Madura	On air/off air
15.00-18.00	Hikmah senja	-Gambus asli -Arabian music -Ceramah agama -Sholawat -Lagu qasidah	On/off air
18.00-20.00	Hikmah petang	-Ceramah agama -Gambus terbaru+ modern -Sholawat terbaru+modern -Qasidah terbaru+modern	On/off air
20.00-23.00	Nostalgia	-Dangdut lawas -Dangdut asli -Dangdut Madura lawas	On/off air
23.00	Closing Ceremony	Spot Hikmah vision	Off air

Tabel 4.2 Jadwal Program Harian Hikmah TV

b. Program Acara Mingguan

04. 55-05.00	Opening Ceremony	Spot Hikmah vision	Off air

05.00-07.00	Hikmah pagi	-Tartil al Quran -Lagu sholawat -Lagu qasidah -Ceramah agama	On/off air diselingi informasi
07.00-09.00	Keren	-Lagu-lagu karya cipta anak Madura	Off air
09.00-11.00	Dag dig dug	Lagu grup dangdut orang Madura	On air/ off air
11.00-14.00	Sate Madura	-Budaya Madura -Lawak Madura -Dangdut Madura -Kesenian khas Madura	On/off air diselingi informasi
14.00-15.00	Cahaya hikmah	-Kajian keislaman -Gambus Madura masa kin	Off air
15.00-18.00	Hikmah senja	-Gambus asli -Arabian music -Ceramah agama -Sholawat -Lagu qasidah	Off air
18.00-19.00	Hikmah petang	-Ceramah -Gambus+sholawat	Off air
19.00-22.00	Pelangi	-Lagu-lagu karya orang Madura -Lagu-lagu orang Madura -Video orang Madura	On air/ off air
22.00-23.00	Nostalgia	Lagu-lagu kenangan	Off air
23.00	Closing Ceremony	Spot hikmah vision	Off air

Tabel 4.3 Jadwal Program Mingguan Hikmah TV

Dari program-program yang sudah dilaksanakan baik program harian dan mingguan, program pengajian menjadi program utama di Hikmah TV saat ini. Program pengajian menjadi program utama di televisi ini karena selain program ini merupakan program pertama sejak televisi ini beroperasi juga karena pengajian sekarang ini banyak diminati khususnya di Madura. Program-program yang dijalankan di Hikmah TV ditayangkan di 2 media yaitu media Televisi dan *Youtube.* Hal tersebut terjadi karena Hikmah TV ingin memanfaatkan perkembangan media

di era digital sekarang ini. Maka dengan hal itu Hikmah TV menjalankan Konvergensi Media.

Gambar 4.4 Susunan Peralatan Masing-Masing Program di Hikmah TV

Dari strategi-strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Hikmah TV seperti yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat diketahui bahwasannya strategi utama yang dilakukan oleh Hikmah TV yaitu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya bisa manambah kepercayaan dari pelanggan terhadap Hikmah TV. Maka dengan hal itu para pelanggan yang sudah berlangganan di Hikmah TV akan tetap berlangganan dan juga bisa memberikan dampak yang baik terhadap televisi ini, seperti meningkatnya pelanggan atau penonton.

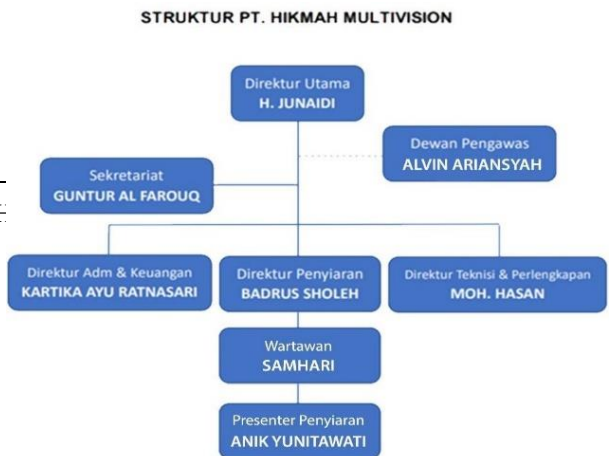
Strategi yang dilakukan tersebut menyesuaikan dengan visi dan misi yang ada di Hikmah TV. Dimana visi dari Hikmah TV yaitu menciptakan dunia pertelevisian yang bertanggung jawab atas kebutuhan masyarakat yang dinamis. Dengan pelayanan yang diberikan maka akan bisa bertanggung jawab terhadap kebutuhan masyarakat khusunya para pelanggan di Hikmah TV.[30] Selain strategi

[30] Samhari, Jurnalis Hikmah TV, *Wawancara Langsung* (21 Oktober 2022).

tersebut Hikmah TV juga berfokus kepada pembaruan konten sesuai dengan permintaan masyarakat atau pelanggannya. Pembaruan konten tersebut mendukung keberhasilan visi dari Hikmah TV, sesuai dengan misi yang ada di Hikmah TV yaitu menayangkan tayangan yang edukatif, informatif, inovatif, dan menghibur.[31]

Pelayanan yang baik merupakan siasat strategi komunikasi pemasaran utama yang dilakukan oleh Hikmah TV karena Hikmah TV sendiri sifatnya merupakan televisi kabel yang bisa dinikmati dengan berlangganan. Jadi Hikmah TV mengarah kepada penjualan jasa di dalamnya. Strategi-strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV tidak dilakukan oleh karyawan yang berfokus di bagian *marketing,* karena dalam struktural yang ada di Hikmah TV tidak terdapat divisi bagian tersebut, akan tetapi dilakukan oleh semua keryawan yang ada di Hikmah TV. Karyawan-karyawan tersebut saling bekerjasama dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat pelanggan atau penonton.

Beriukut merupakan struktural atau divisi yang ada di perusahaan televisi Hikmah TV:



[31] Samhari, Jurnalis H

Gambar 4.5 Struktural PT. Hikmah Multivasion

Strategi-strategi komunikasi pemasaran tersebut sudah dilakukan sejak dulu dan digunakan sampai sekarang. Artinya strategi yang diterapkan sekarang menggunakan strategi yang sudah ada di Hikmah TV. Namun Hikmah TV melakukan inovasi atau menerapkan strategi baru yaitu memanfaatkan perkembangan media, seperti *Youtube* dan *Facebook*. Maka dari itu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV termasuk kepada jenis atau pola *Bottom Up*.

Kemudian dari strategi-strategi tersebut dapat diketahui bahwasannya tingkatan strategi yang dilakukan bertahap di mulai dari *Enterprise Strategi* yaitu menjalin hubungan dengan masyarakat, *Copratet Strategy* yaitu strategi yang dilakukan berhubungan dengan misi dari Hikmah TV, *Business Strategy* yaitu caa yang dilakukan agar bisa bersaing dengan media lain atau merebut pasaran ditengah masyarakat, serta *Functional Strategy* yaitu strategi pendukung yang dilakukan untuk mendukung strategi yang lain. Dari strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pemasaran atau *marketing* yang diterapkan yaitu jenis pemasaran *relationship marketing*. Jenis pemasaran tersebut

yaitu membangun sebuah hubungan atau *relationship* dengan konsumen, dimana konsumen dalam Hikmah TV yaitu pelanggan atau penontonnya.[32]

Melakukan komunikasi serta memberikan pelayanan yang baik merupakan cara Hikmah TV membangun hubungan yang baik kepada para pelanggannya. Karena hal tersebut merupakan cara yang paling efektif dalam memasarkan sebuah produknya, dalam arti produk Hikmah TV disini yaitu konten atau program yang ada di televisi ini. Membangun hubungan yang baik maka loyalitas konsumen akan terbangun. Maka pelanggan Hikmah TV akan tetap bertahan untuk berlangganan dan pelanggan di televisi ini akan bisa meningkat.

2. Peluang dan Hambatan Televisi Lokal Hikmah TV Pamekasan dalam Meningkatkan Minat Penonton

Setelah mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV untuk meningkatkan minat pelanggan atau penonton. Tentunya dalam hal tersebut terdapat sebuah hambatan atau tantangan dan juga peluang yang akan dihadapi oleh Hikmah TV. Hambatan merupakan sesuatu hal yang menjadi penghalang dalam mencapai sesuatu. Kemuadian peluang berarti kesempatan seberapa besar seseorang atau perusahaan untuk mencapai tujuan.

Hambatan atau tantangan yang akan dihadapi oleh Hikmah TV dalam meningkatkan minat pelanggan atau penonton seperti:

a. Persaingan Antar Media

[32] Wida Kurniasih, "*Pengertian Pemasaran dan 7 Jenisnya*", Gramedia.com, diakses dari https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pemasaran pada tanggal 2 November 2022, Pukul 22.28 WIB.

Saat ini kondisi media menghadapi persaingan ketat akibat dari kemunculan media baru. Sumber informasi dan berbagai konten tidak hanya dari media elektronik dan cetak saja, tetapi khlayak kini memanfaatkan perkembangan tekhnologi dengan mencari informasi secara online atau melalui internet. Masyarakat sangat mudah beradaptasi dengan teknologi-teknologi baru. Mengakses informasi dari internet lebih efesien, biayanya lebih murah, cepat, lengkap baik teks maupun video. Fitur-fitur inilah yang membuat khlayak cenderung lebih memilih menggunakan media *online*. [33]

Persaingan media tersebut menjadi hambatan atau tantangan dari Hikmah TV dalam meningkat minat penonton atau pelanggan. Seperti apa yang dikatakan oleh Samhari " sekarang kan sudah masuk zaman digital, semua bisa kita tonton hanya dengan menggunakan handphone. Untuk bisa bersaing dan bisa menghadapi hambatan atau tantangan tersebut kita harus memperbaharui konten, dan selalu *update* dengan apa yang disenangi oleh pelanggan.

b. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan merupakan orang-orang yang menjadi staf dan mengoperasikan sebuah organisasi sesuai dengan bidangnya. Bagaimana jika organisasi kekurangan SDM dalam menjalankan berbagai macam tugas yang ada didalam organisasi tersebut.

Seperti halnya yang di alami oleh perusahaan televisi lokal Hikmah TV ini. Penyampaian strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hikmah TV

[33] Given, "*Ketatnya Persaingan Bisnis Media dalam Era Digital*", Kompasiana, diakses dari https://www.kompasiana.com/givenmeilany/591e6f01e7afd640b47973f/ketattnya-persaingan-bisnis-media-dalam-era-digital pada tanggal 30 Oktober 2022, pukul 20.07 WIB.

tidak langsung oleh bagian *marketing* atau yang membidangi hal tersebut. Akan tetapi dilakukan oleh semua karyawan yang saat ini tercatat didalam struktural di Hikmah TV. Kurangnya SDM tersebut sedikit menjadi tantangan atau hambatan dalam meningkatkan minat penonton atau pelanggan meskipun strategi yang disampaikan oleh karyawan Hikmah TV berjalan efektif.

Selain hambatan atau tantangan tersebut, Hikmah TV memiliki peluang kedepan bagaimana dalam meningkatkan minat penonton atau pelanggan. Peluang tersebut sangat besar meskipun persaingan media yang semakin ketat, kompetitif, dan berkembang. Hikmah TV bisa bersaing dengan media lainnya dengan cara memperbaharui konten, dan selalu *update* dengan apa yang di senangi oleh pelanggan atau penonton.