

## SEKILAS TENTANG ACEH TV

Aceh TV adalah stasiun televisi lokal yang menyajikan program informasi dan program budaya di Nanggroe Aceh Darussalam, sehingga, ACEH TV diharapkan masyarakat Aceh menjadi miniatur Aceh sekaligus sebagai televisi kebanggaan masyarakat Aceh. Itu sebabnya ACEH TV disebut ?Kebanggaan Ureueng Aceh?. Kehadiran ACEH TV yang mendapat sambutan luas masyarakat Aceh, ACEH TV mulai mengudara 15 Agustus 2006 pada frekuensi 48 UHF. Sekarang, ACEH TV telah memasuki usia 4 tahun. ACEH TV sudah mengantongi izin prinsip penyelenggaraan penyiaran (IPP) dari Menkominfo RI Nomor: 121/KEP/M.KOMINFO/4/2009 tanggal 24 April 2009. Diawal kelahirannya ACEH TV mulanya hanya mempunyai 46 karyawan dan hanya mengudara 8 jam setiap hari mulai pukul 12.00 siang hingga pukul 21.00 malam. Sekarang memasuki usia 4 tahun, karyawan ACEH TV sudah semakin bertambah menjadi 96 orang. Dua bulan kemudian, ACEH TV menambah lagi jam tayang menjadi 12 jam setiap hari mulai pukul 12.00 ? 24.00 WIB. Penambahan itu terus dilakukan hingga sekarang jam tayang ACEH TV sudah 14 jam sehari mulai pukul 10.00 pagi sampai dengan pukul 12 malam. ACEH TV dikelola putra-putri lokal Aceh yang punya dedikasi dan komitmen tinggi untuk terus memajukan perusahaan sehingga siapapun tamu, pelanggan, narasumber atau klien yang datang ke ACEH TV semuanya terlayani mulai dari pintu masuk hingga ke sasaran yang dituju. dan ini terbukti ketika saya berkunjung ke media elektronik lokal ini senin lalu. Dalam atribut manajemen, penguatan Sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya non fisik sangatlah penting untuk pelaksanaan tugas, fungsi dan wewenang masing-masing, kendati jangkauannya bersifat lokal, namun sebagai media massa elektronik tentunya bertumpu kepada kecanggihan teknologi modern untuk lancarnya proses produksi programnya ke depan. Oleh karena itu, karyawan ACEH TV juga di didik dalam berbagai program siaran termasuk teknik reportase, shooting, editing, kameramen, peliputan, penulisan berita dan lain sebagainya. Training seperti ini diberikan oleh tenaga ahli di bidangnya. Tutor-tutor ini didatangkan atas kerjasama antara ACEH TV dengan pihak lain seperti BRR NAD ? Nias, LPDS, AJI dan Mercy Corps. Hasil dari semua jenjang pendidikan cukup memberikan pengaruh positif bagi pencitraan dan kemandirian program ACEH TV, sehingga sekarang ini sudah 90 persen program siaran yang ditayangkan adalah program lokal Aceh yang diproduksi sendiri oleh tim kreatif ACEH TV. Pesatnya pertumbuhan dan kecenderungan masa depan industri televisi di Indonesia, terutama dengan lahirnya banyak Stasiun Televisi Lokal di daerah, khususnya ACEH TV, menjanjikan banyak harapan. Harapan bukan hanya pada pertumbuhan usaha di bidang televisi itu sendiri, melainkan yang tidak kalah pentingnya adalah dampak positif dari hadirnya TV Lokal Aceh, seperti berkembangnya kehidupan sosial, budaya dan politik serta ekonomi daerah yang tentu akan bermuara pada terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat setempat, kemajuan daerah, kemajuan masyarakat Aceh dan seterusnya. Hal ini sangat tergantung pada bagaimana manajemen dan sistem pengelolaan media ACEH TV ini sendiri. menurut pimpinan redaksi ACEH TV bapak Dahlan kepada kami, mengatakan Bagaimana sebuah saluran televisi memilih berita dan bagaimana menyiarkannya adalah identitas sebuah stasiun televisi. Seobjektif apapun sebuah informasi atau berita dikumpulkan dan ditampilkan, di dalamnya tercermin bagaimana sikap, pandangan, dan profesionalisme para pekerja di stasiun televisi itu. tidak hanya itu, tapi juga berorientasi pada keinginan publik (what the people want dan what the people need). Meskipun aceh TV baru berusia 4 tahun adalah bukan usia y cukup lama bagi sebuah stasiun Tv lokal untuk menjadi TV yang menyajikan program unggulan dan 40% ditonton masyarakat di seluruh Aceh yang dapat menangkap siarannya. Namun seperti kita lihat sendiri bahwa aceh tv dapat menyaingi manajemen TVRI yang notabenehnya sudah genap berusia 46 tahun yang sudah mempunyai 402 pemancar diberbagai daerah di indonesia. Pada dasarnya TVRI lah yang seharusnya menjadi contoh bagi TV swasta lokal, namun yang terjadi adalah manajemen TVRI tidak berkembang sampai sekarang mulai dari pemberitaan hingga teknik penyajiannya. Sebagai stasiun tertua di Indonesia seharusnya TVRI menampilkan program acara unggulan yang dinantikan masyarakat. Berita yang disajikan seharusnya terbilang aktual. Di usia yang matang ini, TVRI seharusnya memiliki manajemen penyiaran yang baik, dewasa dalam mengambil keputusan, dan profesional dalam bekerja. Namun kenyataannya TVRI tidak mampu menyuguhkan beragam acara yang diminati masyarakat. TVRI malah menyajikan acara yang monoton. Acara yang diproduksi hanya untuk menyuarakan kepentingan publik tanpa memperhatikan selera dan keinginan masyarakat. Manajemen penyiarannya pun masih kurang profesional dan terkesan kurang terencana. Menurut saya ini adalah masalah intern dan ekstern yaitu menyangkut bagaimana sistem pengelolaan manajemen dan orang-orang yang berada di dalam stasiun televisi itu sendiri. A. Konsep pengelolaan Aceh Tv Sebagaimana prinsip-prinsip manajemen, ACEH TV pun menggunakan konsep POAC dalam pengelolaannya di samping aspek-aspek lainnya. Dalam membangun stasiun TV ini dibutuhkan perencanaan yang matang (planning) sebagai langkah awal. Membangun TV di Indonesia tentunya akan selalu berhadapan berbagai aspek, misalnya aspek legal perizinan. dan telah disebutkan di atas bahwa ACEH TV telah mengantongi izin prinsip penyelenggaraan penyiaran (IPP) dari Menkominfo RI Nomor: 121/KEP/M.KOMINFO/4/2009 tanggal 24 April 2009. TV lokal juga punya saham di pusat. Dengan cara ini kekurangan content, SDM di TV Lokal bisa diatasi dengan adanya SDM yang kuat di Pusat. B. Analisis Swot dan program tidak lanjut TV C. Kiat Tv lokal D. SDM dengan latar belakang jurnalistik

berdampak positif terhadap kualitas kerja. E. Implikasi/implementasi perubahan F. Kental nuansa lokal G. Jurus sukses tv lokal H. Prinsip manajemen I. Sebagaimana dengan televisi lokal pada umumnya, televisi kampus pun harus memiliki siaran unggulan yang menarik minat pemirsanya. dengan mengembangkan program siaran unggulan seperti Student Aspiration dan Our Culture yang diminati masyarakat sekitar dan para mahasiswa setempat. Melalui acara ini mahasiswa dapat bebas beraspirasi; di samping pemirsa dapat menikmati sajian budaya tradisional Jepang yang penyajiannya dikemas secara menarik seperti Ikebana, awa odori, dsb. Di samping itu televisi ini juga menyiarkan aktivitas kampus yang diminati mahasiswa. Kalau kita perhatikan televisi kampus GTV ITB Bandung juga pernah mengedepankan program siaran unggulan seperti Jalan-jalan Kampus, Parijs van Java dan Infotechnotainment. Siaran unggulan ini sebenarnya bagus hanya masih perlu sentuhan profesionalisme yang lebih tinggi. Jadi, banyak bukti menunjukkan televisi lokal dan televisi kampus ber-kembang dan memberi manfaat bagi pemirsanya. Salah satu kunci dalam memenangkan persaingan/memperebutkan minat pemirsanya dimaksud adalah tersedianya SDM yang terdidik, terampil, kreatif dan inovatif dalam jumlah yang memadai di berbagai bidang. SDM yang demikian hanya dapat diperoleh melalui pembinaan yang intensif dan terarah, baik melalui pelatihan, kursus singkat maupun seminar yang diselenggarakan secara berkesinambungan. Namun tentu tidak mudah (apalagi dalam jumlah yang banyak) bagi TV Lokal untuk mengirim karyawannya ke Lembaga Pelatihan yang sayangnya sebagian besar berada di Jakarta, mengingat lamanya waktu pelatihan dan tingginya biaya transportasi dan akomodasi yang harus dikeluarkan. Programming, produksi, pemberitaan, marketing, teknik produksi dan aspek manajemen. peran dan tugas masing-masing secara benar, baik sebagai spesialis, jajaran pimpinan maupun sebagai karyawan stasiun televisi yang terkait satu sama lain. jaringan kerja (networking) yang dibina dengan pendekatan personal, dengan tujuan memberikan solusi terbaik bagi klien dan relasi usaha Atas dasar kerja keras, tanggung jawab, semangat, kejujuran dan ide-ide inovatif dan kreatif mengandalkan talenta dan kreatifitas orang-orang muda dalam berkarya, mulai dari pengaturan dan pelaksanaan event, produksi periklanan, hingga pengelolaan dan monitoring produk jasa dapat melakukan pembenahan-pembenahan baik di bidang Manajemen, Struktur Organisasi, SDM dan Keuangan berdasarkan kriteria dalam memilih berita (stasiun tv), terdapat unsur kedekatan (proximity). diketahui jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan, berdasarkan kemampuan masing-masing individu karyawan untuk mengisi fungsi-fungsi yang ada dalam struktur organisasi sesuai dengan keahlian dan profesi masing-masing, dengan kualifikasi yang jelas. apakah perlu dicari tenaga profesional dari luar. pemasaran dan promosi, infrastruktur peralatan yang sudah tidak layak pakai, kemasan dan kualitas program yang kurang baik dan menarik. "Rekomendasi yang tidak kalah pentingnya adalah perbaikan infrastruktur, manajemen di bidang pemasaran dan promosi, dan kemasan dan kualitas siaran, serta promosi yang tepat sasaran," katanya. penyeimbang media komersil. TV lokal, haluan utamanya bukan bisnis. Namun, memperjuangkan dan melayani kepentingan masyarakat (lokal) yang menjadi publiknya. TV lokal cenderung mengarah pada penguatan sosial, budaya dan ekonomi masyarakat lokal. Tampil modern dan tak mengesampingkan lokalitas masyarakat Aceh. Selain itu, Aceh TV yang kabarnya milik Jawa Pos Group ini juga jangan semata-mata meraup keuntungan seperti kebanyakan media nasional. Karena, dengan penguatan tayangan agama, budaya dan dikemas dalam nuansa modernitas yang apik, pasti media ini berhasil merebut hati masyarakat Aceh. Sayangnya, jangkauan siar Aceh TV masih terbatas. Sebagai media dengan bendera Jawa Pos Group tentu media ini patut menawarkan prospek lebih menjanjikan ketimbang media sebagian sahamnya dimiliki oleh pemerintah. Nah, untuk itu, pencerdasan pemirsa harus terus dilakukan oleh media lokal, TV lokal ini TV lokal di Indonesia yang telah menggunakan pendekatan budaya (lokal) yang baik dan tampilan modernis, yaitu Bali TV. Dengan tampilan yang menarik, tentunya iklan bukan menjadi masalah. Tentu untuk menghidupi media, tidak cukup dengan idealis dan profesionalitas saja. Kehebatan media juga ditopang dengan modal dan laba yang lumayan besar. Sehingga keberlangsungan media pun bertahan lama. Pemasang iklan akan melirik media mana saja yang banyak ditonton oleh masyarakat. Saat ini, seperti saya bilang diatas, masyarakat kita cenderung menonton TV yang modernis, meskipun menawarkan realitas semu. Tinggal lagi, bagaimana teknis media itu mengemas tayangan se-modern mungkin, namun mengandung unsur budaya lokal yang kuat. orang muda yang kreatif, produktif dan masih segar, merekrut pekerja tdk lbh dari 25 tahun, tdk boleh menikah selama dua tahun, dan di setiap ruang pewarta wanita untuk menambah semangat kerja katanya, tidak dibenarkan ada cinta lokasi, apabila terjadi akan di depak.