

Strategi Bali TV dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Stasiun Televisi Lokal di Bali

Putu Arina Hermarani¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, I Gusti Agung Alit Suryawati³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: putuarinahermarani@gmail.com¹⁾, rasamanda13@gmail.com²⁾,

igalitsuryawati@yahoo.co.id³⁾

ABSTRACT

PT Bali Ranadha Televisi (Bali TV) is the only local television broadcasting institution located in Bali. This study aims to explain the strategic management of Bali TV broadcasting programs in maintaining its existence as a local television station in Bali. The author uses descriptive qualitative research methods with broadcast program strategy management theory and analysis using Niche theory in media ecology. The research results obtained are (1) Bali TV program planning is consistent to create a local broadcast program that implements its vision and mission, (2) Bali TV produces its programs internally around 90% and 10% are the result of cooperation with other parties, (3) The execution of the Bali TV program has broadcast 47 dominant local broadcast programs including information broadcast programs, and (4) Supervision of broadcast programs is not measured by program rating research reports, program evaluations are obtained from audiences and advertisers.

Keywords: Bali TV, Private Local Television, Broadcast Program Strategy Management, Local Broadcast Programs.

1. PENDAHULUAN

Bali TV merupakan salah satu stasiun televisi lokal di Bali yang muncul sebelum ditetapkannya Undang-Undang Penyiaran. Semenjak Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran diterbitkan, eksistensi lembaga penyiaran di Indonesia yang meliputi lembaga publik, lokal, komunitas, dan swasta dapat terlindungi secara resmi dalam undang-undang tersebut (Rinowati, 2012).

Menurut Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Bali tahun 2012 sebagaimana yang dikutip oleh Wirawan (2015), perkembangan lembaga penyiaran lokal di Bali telah diawali dengan munculnya lembaga penyiaran televisi publik lokal yaitu TVRI Bali pada tahun 1978. Setelah itu diikuti dengan

munculnya empat stasiun penyiaran televisi lokal swasta yang terdiri dari Bali TV (2002), Dewata TV (2007), BMC TV atau Bali Music Channel TV (2007), dan ATV atau Alam TV (2010). Seiring berjalannya waktu, beberapa stasiun penyiaran televisi lokal swasta seperti Dewata TV, Bali Music Channel TV, dan Alam TV mempertahankan eksistensinya dengan bergabung dalam televisi swasta nasional yang memiliki Sistem Siaran Jaringan (SSJ) di Provinsi Bali. Dewata TV bekerja sama dengan Kompas TV tahun 2011 sehingga menjadi Kompas TV Dewata (Arsani dkk, 2017). Bali Music Channel TV (BMC TV) telah bergabung dengan iNews TV tahun 2015 dan kemudian berubah nama menjadi iNews Bali. Kemudian, PT Alam Bali Semesta Televisi yang awalnya

memiliki nama Alam TV (ATV), kini menjadi NET Bali.

Kehadiran Bali TV menjadi salah satu tonggak bersejarah di Provinsi Bali. Dengan mengusung motto "Matahari dari Bali", media Bali TV berfokus menampilkan program siaran lokal yang berkaitan dengan ciri khas budaya di Bali. Media Bali TV mengedepankan siaran-siaran budaya Bali yang mencerminkan nilai-nilai ajaran agama Hindu di Bali (Dwiyani, 2014). Melalui program-program siarannya, Bali TV juga memperoleh beberapa prestasi penghargaan.

Dalam informasi yang diperoleh dari laman website KPID Bali tahun 2018, Bali TV memperoleh penghargaan dalam kategori program acara hiburan seni dan budaya terbaik dalam acara KPID Bali Awards 2018. Bali TV sebagai satu-satunya televisi lokal swasta di Bali, tentunya harus bersaing dengan stasiun televisi lainnya dalam memperoleh jumlah penonton dan segmentasi program maupun iklan di Provinsi Bali.

Maka dari itu, menarik bagi peneliti untuk melihat manajemen strategi program penyiaran yang digunakan Bali TV dalam mempertahankan eksistensinya di Bali hingga saat ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini ditekankan pada strategi program Bali TV berdasarkan konsep manajemen strategi program penyiaran menurut Peter Pringle sebagaimana yang dikutip oleh Morissan (2008:273).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategi Program Penyiaran

Menurut Peter Pringle (1991) sebagaimana dikutip oleh Morissan dalam buku Manajemen Media Penyiaran tahun 2008, bahwa manajemen strategi program siaran terdiri dari:

A. Perencanaan Program

Menurut Peter Pringle (1991) sebagaimana yang dikutip oleh Morissan (2008: 275), menyatakan bahwa pengelola program siaran televisi harus mampu merencanakan program siarannya berdasarkan sasaran segmentasi audiens tertentu yang dituju, pada waktu-waktu penayangan tertentu.

Persaingan dan ketersediaan audiens harus diperhatikan dan dipertimbangkan sebelum akhirnya departemen program televisi menetapkan untuk melakukan produksi atau pembelian program, hingga menentukan jadwal penayangan program siaran tersebut (Morissan, 2008:295).

B. Produksi dan Pembelian Program

Memproduksi atau membuat program berasal dari kemampuan departemen program dalam menciptakan ide atau gagasan untuk disampaikan kepada audiens. Sementara membeli program berarti menggunakan atau menayangkan kembali suatu program yang diproduksi oleh pihak lain (Wahyuni, 2018).

Televisi lokal di suatu daerah memiliki target audiens yaitu masyarakat lokal setempat, sehingga dalam proses produksi program siarannya juga dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah. Selain itu, televisi lokal juga berperan dalam meningkatkan dan mengembangkan budaya dan kesenian daerah melalui berbagai program siaran yang ditayangkan (Morissan, 2008:329).

C. Eksekusi Program

Tahapan eksekusi program meliputi proses penyiaran suatu program sesuai dengan

perencanaan yang telah ditentukan. Penataan berbagai tayangan sesuai dengan jadwal yang ditentukan sangat mempengaruhi strategi program yang baik bagi suatu media penyiaran. Stasiun televisi lokal lebih dominan menayangkan jenis program siaran lokal kepada audiensnya.

Berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) tahun 2012, yang dimaksud program lokal adalah program siaran dengan muatan lokal yang mencakup program siaran jurnalistik, program siaran faktual, dan program siaran nonfaktual dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat serta dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat.

Menurut Morissan (2008:218), klasifikasi jenis program siaran terdiri dari program informasi/berita (*news*) dan program hiburan (*entertainment*). Program informasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu *hard news* (berita keras) dan *soft news* (berita lunak). Sementara program hiburan yang ditayangkan dalam bentuk drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukkan.

D. Pengawasan dan Evaluasi Program

Dalam Morissan (2008: 355), disebutkan bahwa proses pengawasan dan evaluasi dilakukan untuk dapat memperoleh hasil perencanaan program yang telah dilakukan stasiun penyiaran. Pengawasan dan evaluasi tersebut diperoleh dari hasil manajemen program yang dapat diukur, misalnya jumlah dan komposisi audiens yang dapat diukur melalui laporan riset *rating*.

Televisi Lokal

Menurut Sudibyo (2004:105), menyatakan bahwa televisi lokal merupakan lembaga

penyiaran yang mencakup daerah penyiaran yang kecil terbatas pada kabupaten/kota tertentu. Kemudian diperkuat dalam Undang-Undang Penyiaran tepatnya pasal 31 ayat 5 UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang menyatakan bahwa “Stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran tertentu terbatas pada lokasi tersebut”.

Televisi lokal lebih memperhatikan seni dan budaya daerah setempat. Melalui upaya yang lebih interaktif dengan pemirsanya dalam program-program siaran yang telah disusun. Kekuatan televisi lokal sejatinya terdapat pada bagaimana manajemen televisi lokal tersebut dapat membentuk identitas lokal dan mewujudkan program-program siaran sesuai dengan kebutuhan dan minat masyarakat daerah setempat yang menjadi target audiensnya (Haryati, 2013).

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian kualitatif, yang berarti suatu penelitian untuk menjelaskan kejadian tertentu melalui pengumpulan data yang lebih menekankan persoalan kedalaman (kualitas) data yang diperoleh (Kriyantono, 2006).

Sumber Data

Penelitian kualitatif menggunakan data yang berbentuk kata-kata, kalimat, dan narasi. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Penulis memperoleh data primer secara langsung dari sumber pertama melalui wawancara tertulis dengan narasumber yang ditentukan dan observasi

program acara yang ditayangkan dalam saluran (*channel*) Bali TV. Sementara data sekunder yang diperoleh dari sumber kedua berupa buku, jurnal, publikasi penelitian, serta dokumen-dokumen yang diperoleh dari pihak Bali TV dan pihak pendukung lainnya seperti KPID Bali.

Unit Analisis

Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah stasiun televisi lokal Bali TV dikarenakan Bali TV merupakan satu-satunya stasiun televisi swasta lokal di Bali yang masih mempertahankan eksistensinya terhadap masyarakat Bali hingga saat ini.

Teknik Penentuan Informan

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana teknik ini memilih orang-orang atas dasar pertimbangan tertentu yang ditentukan oleh penulis untuk dapat mencapai tujuan penelitian (Sugiyono, 2013:218). Adapun informan dalam penelitian ini adalah pihak operasional Bali TV dan Ketua KPID Bali.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data memiliki arti yaitu cara yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan suatu data penelitian. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini, berupa: wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara yang dilakukan berupa wawancara tertulis dan langsung. Penulis juga melakukan observasi secara visual terhadap program siaran Bali TV dan iklan yang ditayangkan melalui saluran televisi (*channel*) Bali TV. Adapun studi dokumentasi yang digunakan yaitu dokumen terkait struktur manajemen organisasi Bali TV dan prestasi yang diraih Bali TV dalam KPID Awards.

Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan berupa analisis data menurut Miles and Huberman model interaksi (*interactive model*). Langkah-langkah analisis datanya terdiri dari 3 (tiga), yaitu: proses reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusions: drawing/verifying*).

Teknik Penyajian Data

Adapun teknik penyajian data yang digunakan berupa penjelasan atau deskripsi melalui uraian kalimat-kalimat hingga membentuk suatu paragraf yang bersifat naratif.

4. PEMBAHASAN

Dalam mempertahankan eksistensinya, strategi Bali TV dapat dijabarkan dalam manajemen strategi program penyiaran. Menurut Peter Pringle yang dikutip oleh Morissan (2008: 273), manajemen strategi program siaran terdiri dari empat tahapan, yaitu perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program.

Perencanaan Program Bali TV

Dalam merencanakan suatu program siaran, pihak pengelola program Bali TV melihat peluang bahwa Bali TV sebagai satu-satunya televisi lokal swasta di Bali yang harus mampu menayangkan program-program siaran berkonten lokal sebagai salah satu ciri khas atas visi dan misi Bali TV untuk menjaga Bali yang *ajeg* atau lestari.

Beberapa nama program siaran Bali TV memiliki ciri khas dengan menggunakan Bahasa Bali, sehingga secara tidak langsung Bali TV turut berpartisipasi dalam melestarikan

dan menyosialisasikan penggunaan Bahasa Bali dalam kehidupan sehari-hari khususnya kepada target audiens masyarakat Bali. Hal tersebut menunjukkan bahwa konteks lokalitas program siaran itulah yang menjadi keunggulan televisi lokal seperti Bali TV untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan membedakannya dengan program-program siaran yang ditayangkan televisi nasional.

Bali TV sebagai stasiun televisi lokal swasta memiliki ketersediaan waktu penayangan program siaran yang lebih banyak dibandingkan stasiun televisi publik lokal dan televisi lokal berjangkauan yang memiliki daya jangkauan siaran di Bali. Waktu untuk penayangan program siaran lokal Bali pada saluran Bali TV yang tersedia kurang lebih selama 18,5 jam Bali TV bersiaran mulai dari pukul 05.30 – 00.00 WITA. Oleh karena itu, dalam merencanakan program siarannya, Bali TV melihat peluang sebagai satu-satunya televisi lokal swasta di Bali dan tidak memperhatikan persaingan perencanaan program siaran dengan stasiun televisi lokal lainnya seperti televisi publik lokal (TVRI Bali) dan stasiun televisi berjangkauan yang memiliki wilayah jangkauan siaran di Bali.

Hingga saat ini, Bali TV belum memiliki data detail terkait segmentasi audiens dari program yang ditayangkan. Namun secara umum, program siaran Bali TV memiliki jangkauan wilayah siaran yang mencakup hingga seluruh Indonesia dengan menggunakan jaringan parabola seperti *indihome*.

Produksi & Pembelian Program Bali TV

Berdasarkan program-program siaran yang ditayangkan melalui saluran televisi, terlibat bahwa Bali TV lebih banyak memproduksi program siarannya secara internal dengan

perbandingan persentase sebesar 90% memproduksi program sendiri dan 10% hasil kerja sama dengan klien atau pihak tertentu. Adapun beberapa program yang merupakan hasil kerja sama Bali TV dengan pihak lain, di antaranya: program Inovator dan Global 3000 milik DW TV (*Deutsche Welle TV*) dari Jerman, serta program Dunia Kita, SH+E *Magazine*, dan VOA *Creative Talk* milik media VOA (*Voice of America*).

Penayangan program berkonten lokal terkait adat istiadat, tradisi, dan budaya Bali (seperti *Bhagawad Gita*, *Dharma Wacana*, *Ajeg Bali*, *Taksu*, *Ista Dewata*, dan *Upakara*) memiliki perbedaan dengan program siaran lainnya. Program-program tersebut adalah program siaran yang memberikan edukasi dan informasi seputar adat dan budaya Bali, mulai dari tempat persembahyangan (pura), sarana persembahyangan (*upakara*), tokoh dan seniman Bali, hingga wejangan keagamaan sesuai dengan kitab suci agama Hindu. Ketika proses produksi program tersebut, pihak Bali TV tidak menetapkan biaya yang dikenakan kepada pihak mana pun yang terlibat dalam program tersebut.

Dengan eksistensi sebagai satu-satunya stasiun televisi lokal di Bali, menjadi kesempatan dan peluang Bali TV untuk dapat menjalin relasi dengan pemerintah daerah dalam memproduksi program *talk show* Dialog, Perempuan Bali Bicara, Pakis Bali, dan lain-lain. Maka dari itu, Bali TV kini menaruh perhatian lebih terhadap program siaran lokal dengan pemerintah daerah. Semakin banyak produksi program siaran hasil kerja sama dengan pemerintah daerah, maka semakin besar biaya produksi program yang diperoleh sebagai sumber pendapatan Bali TV.

Eksekusi Program Bali TV

Menurut Ketua KPID Bali, I Made Sunarsa, menyatakan bahwa stasiun televisi lokal (seperti Bali TV) setidaknya dapat menayangkan program siaran dengan konten lokal minimal 60% dari total keseluruhan program yang dimiliki (komunikasi pribadi, 27 Januari 2021). Bali TV memiliki sekitar 53 program siaran yang tayang pada bulan Desember 2020 hingga Februari 2021.

Pada 53 program siaran tersebut, sebanyak 47 program siaran merupakan program lokal yang diproduksi dan ditayangkan langsung oleh Bali TV. Sebanyak 41 program siaran merupakan hasil produksi Bali TV secara langsung dan 6 program lainnya merupakan hasil kerja sama Bali TV dengan pemerintah atau perangkat daerah di Provinsi Bali. Selanjutnya diperoleh 6 program siaran nonlokal hasil kerja sama Bali TV dengan pihak lain di berbagai daerah.

Dari 47 program siaran lokal Bali TV, diperoleh bahwa 32 program siaran tergolong dalam jenis program informasi (berita), 14 program hiburan, dan 1 program rutin yang ditayangkan tiga kali dalam sehari yaitu Puja Tri Sandhya. Maka dari itu, diperoleh bahwa sekitar 88% program siaran Bali TV merupakan program siaran yang dominan berupa program informasi (berita) seputar konten-konten lokal dan upaya pengembangan potensi daerah Bali.

Dalam proses eksekusi program siaran lokal tersebut, Bali TV turut aktif melibatkan berbagai kalangan di Bali mulai dari anak-anak, siswa/mahasiswa, akademisi, komunitas hobi, pengusaha, pelaku pertanian, dokter/ahli kesehatan, artis, band, seniman, perangkat daerah setempat, pengempon pura setempat,

sarati banten, pemangku pura, sulinggih, hingga masyarakat Bali secara umum.

Bali TV juga kerap mengadakan program lain secara langsung atau offline, seperti konser perayaan hari ulang tahun Bali TV yang ditayangkan setiap satu tahun sekali dan program CSR atau *Corporate Social Responsibility* berupa membantu keluarga atau masyarakat di Bali yang kurang mampu dan melakukan *tirta yatra* ke pura-pura yang terdapat di Bali.

Pengawasan dan Evaluasi Program Bali TV

Bali TV tetap konsisten menayangkan berbagai tradisi, adat, dan budaya di Bali. Bahkan hampir seluruh kebudayaan Bali sudah pernah ditayangkan Bali TV. Pengawasan program siaran Bali TV tidak diukur dari laporan riset *rating* program, sebab Bali TV tidak memiliki laporan riset ataupun hasil terkait program siaran yang ditayangkan.

Evaluasi dari suatu program siaran Bali TV diperoleh dari masukan audiens atau penonton melalui email pemirsa@balitv.tv, perhatian atau minat pihak pemasang iklan untuk memasang iklan pada program-program tertentu, dan melalui rapat internal bulanan terkait evaluasi program siaran selama satu bulan sebelumnya dan rencana penayangan program siaran pada bulan selanjutnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan tahapan manajemen strategi program penyiaran Bali TV, penulis menarik simpulan terkait strategi Bali TV dalam mempertahankan eksistensi atau keberadaannya sebagai stasiun televisi lokal di Bali, sebagai berikut.

1. Perencanaan program Bali TV masih konsisten untuk membuat konsep program siaran lokal yang menerapkan visi dan misi Bali TV. Bali TV tidak melihat persaingan dengan stasiun televisi publik lokal (TVRI Bali) dan stasiun televisi lokal berjaringan yang terdapat di Provinsi Bali. Program tersebut bertujuan untuk mewujudkan ajeg Bali melalui upaya menampilkan konten berbasis lokal seperti adat istiadat, tradisi, budaya, dan bahasa Bali.
2. Sekitar 90% Bali TV memproduksi program sendiri dan 10% hasil kerja sama dengan pihak tertentu. Penayangan program berkonten lokal seperti Ajeg Bali, Taksu, Ista Dewata, Upakara, dan Dharma Wacana tidak menetapkan biaya yang dikenakan kepada pihak mana pun yang terlibat dalam program tersebut. Biaya produksi program akan tertutupi dari biaya pemasangan iklan dan program lainnya. Oleh karena itu, Bali TV menaruh perhatian lebih terhadap program siaran lokal dengan pemerintah daerah. Semakin banyak kerja sama yang dilakukan dengan pemerintah daerah, maka semakin besar biaya produksi program yang diperoleh sebagai sumber pendapatan Bali TV.
3. Eksekusi program Bali TV telah menayangkan 47 program siaran lokal yang lebih banyak termasuk dalam program siaran informasi (berita). Sebanyak 32 program siaran informasi (berita), 14 program siaran hiburan, dan 1 program rutin Puja Tri Sandhya. Program tersebut merupakan program lokal yang diproduksi dan ditayangkan langsung oleh Bali TV. Dalam melakukan eksekusi program siarannya, Bali TV juga melibatkan berbagai pihak di Bali, mulai dari kalangan anak-anak hingga masyarakat Bali pada umumnya yang sekaligus turut berpartisipasi dalam pengembangan potensi daerah Bali. Selain itu, Bali TV juga melakukan program kegiatan secara offline seperti konser dan pameran pada setiap perayaan hari ulang tahun Bali TV, serta kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) berupa tirta yatra dan membantu masyarakat Bali yang kurang mampu (program Wirasa).
4. Pengawasan program siaran Bali TV tidak diukur dari laporan riset rating program, sebab Bali TV tidak memiliki laporan ataupun hasil program siaran yang ditayangkan. Evaluasi dari suatu program siaran diperoleh dari masukan audiens atau penonton melalui email pemirsa@balitv.tv, perhatian atau minat pihak pemasang iklan untuk memasang iklan pada program-program tertentu, dan melalui rapat internal bulanan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. (2013). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran (Edisi pertama). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknis Praktis Riset Komunikasi (Edisi Pertama). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Morissan. (2008). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi (Edisi Pertama). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sudibyo, Agus. (2004). Ekonomi Politik Media Penyiaran. Jogjakarta: LKiS. Diakses dari <https://books.google.co.id/books>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Jurnal Online:

- Ardiyanti, H. (2016). Konsep dan Regulasi TV Lokal dalam Kerangka Penguatan Budaya Lokal. *Jurnal Politika Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri dan Hubungan Internasional*, 2(2). Diakses dari <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/politika/article/view/297>
- Arsani, Cok. Istri Ari K. Amanda Gelgel, Ni Made Ras. Suryawati, IGA Alit. (2017). Pelaksanaan Regulasi Sistem Stasiun Jaringan Kompas TV Dewata. *E-jurnal Medium*. 1(1). Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/31465>
- Dwiyani, Kadek N. (2014). Peran Stasiun Televisi Lokal di Bali dalam Upaya Pemertahanan Bahasa Bali Sebagai Bahasa Ibu. *Segara Widya*, 1(1). Diakses dari <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/2362>
- Fadhilah, S. D., Farahnisa, N., Uyun, R. T., & Hidayati, N. F. (2016). Bertahan di Tengah TV "Nasional": Strategi Manajemen RBTB Melalui TV Jaringan dengan KOMPAS TV. *Komunikator*, 8(2). Diakses dari <https://borang.umy.ac.id/index.php/jkm/article/download/2323/2589>
- Haryati, H. (2013). Televisi Lokal dalam Representasi Identitas Budaya. *Observasi*, 11(1), Diakses dari <https://www.neliti.com/publications/220555/televisi-lokal-dalam-representasi-identitas-budaya>
- Luthfiyah, L. (2016). Strategi Komunikasi Women's Crisis Center (WCC) Jombang dalam Mewujudkan Masyarakat Adil Gender. *Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/13328/>
- Mudjiyanto, B. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif; Ekologi Media Massa. *Promedia*. Vol. 3 (1). Diakses dari <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/692>
- Pancawati, Nimas Parista. (2018). Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram Digital dalam Era Digital. *Journal of Media and Communication Science*. 1(3). Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/fccf/15c3dc5421ab202fcc0fde7ad56fd01d79b9.pdf>
- Pratiwi, K. Putri Cahaya. (2018). Strategi Perencanaan D'UZ Radio Bali pada Program OZ Balihop. *E-jurnal Medium*. 1(2). Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/40504>
- Rinowati NA, R. N. (2012). Eksistensi Televisi Lokal (Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran). *Doctoral dissertation, Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP*. Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/3719>
- Suryani, Taufli E. (2014). *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. *Diploma thesis, Universitas Andalas*. Diakses dari <http://scholar.unand.ac.id/11971/>
- Syafri, P. (2019). Strategi Riau Televisi (Riau TV) Menghadapi Persaingan dengan TV Nasional untuk Tetap Eksis Sebagai TV Lokal. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 10(3), 287-307. Diakses dari <https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/view/215>
- Wahyuni, N. A. (2018). Strategi Sriwijaya TV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal. *Doctoral dissertation, UIN RADEN FATAH PALEMBANG*. Diakses dari <http://eprints.radenfatah.ac.id/3493/>
- Wirawan, I Komang Arba. (2015) Dari Konflik Desa ke Layar Kaca: Analisis Wacana Liputan Bali TV dalam Kasus Kemoning-Budaga, Klungkung, Bali. *Pasca Sarjana, Universitas Udayana*. Diakses dari <https://sinta.unud.ac.id/uploads/wisuda/1190371016-2-Bab%201.pdf>

Publikasi Online:

- Asosiasi Televisi Lokal Indonesia. (2019). *Perkumpulan Anggota Televisi Lokal Indonesia*. Diakses dari <http://atvli.or.id/wp-content/uploads/2019/09/Data-Anggota-September-2019.pdf>
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2018). *Buku Laporan Tahunan 2018*. Diakses dari

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/publikasi/laporan-akhir-tahun>

Mirza, F. (2011). Eksistensi TV Lokal di Antara Dominasi TV Nasional. Diakses dari <http://www.slideshare.net/efmirza/eksistensi-tv-lokal-di-antara-dominasi-tv-nasional>

Peraturan KPI tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) tahun 2012. Diakses dari http://www.kpi.go.id/download/regulasi/P3SPS_2012_Final.pdf

Website:

<https://www.kpidbali.org/>

<https://balitv.tv/>

<https://ombudsman.go.id/profiles/index/pftt>