

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MENYAMPAIKAN
PESAN PEMBANGUNAN MELALUI TVRI LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh:

TONANG

NPM 2156021005



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PENYAMPAIAN
PESAN PEMBANGUNAN MELALUI TVRI LAMPUNG**

Oleh

TONANG

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai

Gelar SARJANA ILMU PEMERINTAHAN

Pada

Jurusan ilmu pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MENYAMPAIKAN PESAN PEMBANGUNAN MELALU TVRI LAMPUNG

Oleh

TONANG

Pemerintah menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan pembangunan kepada masyarakat di tengah dominasi media digital. TVRI Lampung sebagai lembaga penyiaran publik memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi pembangunan, khususnya di wilayah dengan keterbatasan akses digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi komunikasi pemerintah melalui TVRI Lampung dalam menyampaikan pesan pembangunan secara efektif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, dengan sumber data primer berasal dari informan internal TVRI Lampung dan masyarakat, serta data sekunder dari dokumen dan literatur terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemerintah melalui TVRI Lampung dianalisis menggunakan teori Harold D. Lasswell yang terdiri dari lima elemen: *Who*, *Says What*, *In Which Channel*, *To Whom*, dan *With What Effect*. Strategi yang berhasil dilaksanakan mencakup kerja sama TVRI dengan instansi pemerintah sebagai pengirim pesan (*Who*), penyusunan konten tematik pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan lokal (*Says What*), dan pemanfaatan siaran televisi yang diintegrasikan dengan media sosial sebagai saluran komunikasi (*In Which Channel*). Sementara itu, strategi yang belum terlaksana secara optimal terlihat dalam upaya menjangkau audiens muda yang kurang tertarik terhadap konten TVRI (*To Whom*) serta rendahnya inovasi visual yang berdampak pada efektivitas komunikasi (*With What Effect*). Oleh karena itu, diperlukan penguatan strategi digital melalui optimalisasi media daring, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta pengembangan format program yang lebih interaktif dan menarik bagi generasi muda. Upaya ini penting untuk meningkatkan efektivitas TVRI Lampung sebagai media komunikasi pembangunan di era digital.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, TVRI Lampung, Media Penyiaran Publik, Komunikasi Pemerintah.

ABSTRACT

STRATEGIC GOVERNMENT COMMUNICATION IN DISSEMINATING DEVELOPMENT MESSAGES THROUGH TVRI LAMPUNG

By

TONANG

The government faces significant challenges in delivering development messages to the public amidst the dominance of digital media. TVRI Lampung, as a public broadcasting institution, plays a strategic role in disseminating development-related information, especially in areas with limited digital access. This research aims to describe and analyze the government's communication strategy through TVRI Lampung in conveying development messages effectively. A descriptive qualitative approach using a case study method was applied. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, with primary data obtained from internal informants at TVRI Lampung and the public, and secondary data sourced from relevant documents and literature. The findings show that the communication strategy implemented by TVRI Lampung aligns with Harold D. Lasswell's communication model, which consists of five elements: Who, Says What, In Which Channel, To Whom, and With What Effect. Strategies that were successfully carried out include collaboration with government institutions as message sources (Who), delivering thematic development content tailored to local needs (Says What), and utilizing television broadcasts combined with social media as communication channels (In Which Channel). However, some strategies were not fully implemented, such as the limited engagement with younger audiences who show low interest in TVRI's content (To Whom) and the lack of visual innovation that affects communication effectiveness (With What Effect). Therefore, strengthening digital strategies, optimizing online platforms, enhancing human resource capacity, and developing more interactive and appealing content formats for younger generations are recommended. These efforts are essential to enhance TVRI Lampung's effectiveness as a development communication medium in the digital era.

Keywords: *Communication Strategy, TVRI Lampung, Public Broadcasting Media, Government Communication.*

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH
DALAM MENYAMPAIKAN PESAN
PEMBANGUNAN MELALUI TVRI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Tonang**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2156021005**

Program Studi : **S-1 Ilmu Pemerintahan**

Jurusan : **Ilmu Pemerintahan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

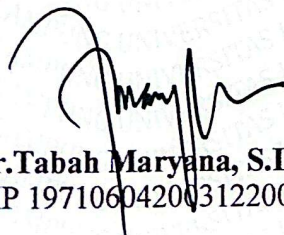
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Prof. Dr. Feni Rosalia, M.Si.
NIP 196902191994032001

2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

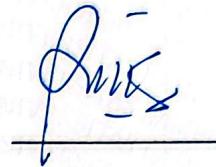


Dr. Tabah Maryana, S.IP., M.Si.
NIP 197106042003122001

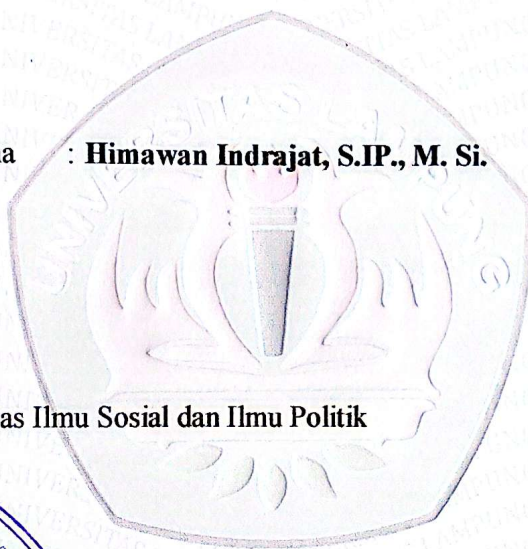
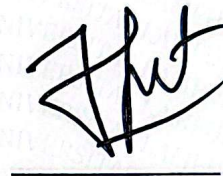
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Prof. Dr. Feni Rosalia, M. Si.**



Penguji Utama : **Himawan Indrajat, S.IP., M. Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 1976082120 0003 2 001

/

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 04 Julli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Tonang
NPM 2156021005

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Tonang, dilahirkan di karangsia pada tanggal 5 Februari 2003. Peneliti merupakan putra ke empat dari 4 bersaudara dari Ibu Solbiah dan Ayah Dawas. Jenjang pendidikan penulis dimulai dari Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SDN 02 Dwi Warga Tunggal Jaya tahun 2013, Sekolah Menengan Pertama (SMP) diselesaikan di SMP Negeri 02 Banjar Agung pada tahun 2018, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan di SMAN 01 Banjar Agung Pondok Daun pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2021 Peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Universitas Lampung

Selama perkuliah di jurusan ilmu pemerintahan FISIP Unila penulis mengikuti berbagai kegiatan akademik maupun non akademik dalam mengasah skill diri penulis. Selama perkuliahan mengikuti yaitu seminar Merajut Nusantara Tahun 2023. Pada saat menjadi mahasiswa penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2024 di desa Babulang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Selanjutnya penulis ikut serta dalam program Magang berlokasi Statsiun TVRI lampung.

MOTTO

“Sungguh, ALLAH beserta orang-orang yang sabar”

(Surah Al-baqarah : 153)

“ Jika Allah Menolong Kamu Maka Tidak Ada Yang
Dapat Mengalahkan Kamu”

(Surah Ali Imran : 160)

“Takdir dan Masa depan yang indah tidak membutuhkan omong kosong mu
tapi pembuktian dan tindakan yang telah kau lakukan”

(Tonang)

PERSEMBAHASAN



Alhamdulillah rabbil'alamiin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah meridhai segala ikhtiar hamba-Mu, sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan

Shalawat teriring salam, selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW,
yang selalu dinantikan syafa'atnya di Yaumul Akhir

Ku persembahkan tulisan sederhana ini teruntuk
Orang-orang yang ku sayangi yang selalu mendukung dan yang selalu
Mendoakan ku di manapun aku berada.

Ibu dan Bapak Tersayang

Yang tak henti ber-Ikhtiar dan ber-Doa demi keberlangsungan Anakmu menjalani hidup, beribu terimakasih tak dapat membalas semua jasmu demi membesarkan Anak mu ini menjadi orang yang berguna untuk orang sekitar nya.

Kakak-kakakku

Terimakasih untuk semua yang mendo'akan dan mendukung selesainya skripsi ini, semoga segala kebaikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Almamater Tercinta
Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillaahirrohmaanirrohim.

Syukur Peneliti haturkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan nikmat, anugerah serta hidayahnya yang sangat luar biasa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Strategi komunikasi pemerintah dalam menyampaikan pesan pembangunan melalui TVRI lampung”**. Tak lupa Shalawat serta salam tercurah limpahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik dan pemimpin bagi kaumnya.

Skripsi ini merupakan sebuah karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan karena adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini mustahil terwujud dengan baik.

Suatu kehormatan dan kebanggaan bagi Peneliti melalui sanwacana ini mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang berkenan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
3. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik;
4. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan

Umum;

5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan.
6. Ibu Dr. Tabah Maryanah selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Ibu Prof feni rosalia,M,Si selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas segala saran dan kritik yang luar biasa yang sangat membantu dalam proses penulisan skripsi Peneliti sehingga saat ini skripsi peneliti terselesaikan dengan baik. Terima kasih banyak Ibu, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan perlindungan untuk bapak beserta keluarga.
8. Bapak Himawan Indrajat,S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji. Terima kasih, semoga Allah SWT selalu melindungi langkah bapak dan selalu diberikan kesehatan, rejeki, dan kesabaran yang berlimpah
9. Terimakasih prof Arizka warganegara,S.IP.,M.A.,Ph.D. selaku PA atas dukungan dan arahan dalam menjalankan proses perkuliahan dan penyusunan skripsi, semoga selalu di berikan kesehatan dan murah Rezeki.
10. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung meski tak dapat disebutkan namanya satu persatu, tetapi tidak mengurangi rasa hormat Peneliti kepada bapak dan ibu semua. Peneliti sangat bersyukur dapat diajarkan oleh bapak dan ibu dosen semua. Terima kasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat dalam hidup Peneliti.
11. Staff TVRI lampung, yang telah membantu perizinan dan pendistribusian angket penelitian.
12. Terimakasih untuk ibu Martayana dan mba sella,selaku admin jurusan dalam memberikan arahan dan mempermudah proses pemberkasan dokumen skripsi selama kuliah,semoga di beri kesehata, di berikan rezeki yang melimpah dan di mudahkan segala urusan nya
13. Kedua Orangtua tercinta, bapak Dawas dan ibu Solbiah Terimakasih untuk segala doa dukungan penulis selama menempuh proses perkuliahan hingga penulis bisa menyelesaikan srkripsi dan ucapan ini dibuat. Segala upaya yang telah kalian lakukan dan korbankan untuk penulis tidak dapat hanya di balas dengan ucapan semua pengorbanan kalian sangat berarti ibu bapak kalian

adalah pahlawan penulis skripsi ini.

14. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada kakak-kakakku tercinta, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa dalam proses penyelesaian skripsi ini
15. Untuk Mega Ramadani Nduktu S.KOM terima kasih atas kesabaran, doa, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis yang selalu ada, selalu sabar, dan mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan ini. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini baik tenaga, waktu, maupun materi. Terima kasih selalu menemani, meluangkan waktu, mendukung serta menghibur dalam kesedihan, dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah untuk meraih impian. Harapan penulis semoga kita bisa sukses bersama sesuai dengan apa yang telah diimpikan.
16. Untuk Teman-teman ku terimakasih telah mendukung dan memberi arahan selama proses penyusunan skripsi semoga kalian sehat selalu dan di berikan kemudahan.

Bandar Lampung, 10 Juli 2025

Peneliti

TONANG

NPM 2156021005

KATA PENGHANTAR

Puji syukur penulis hanturkan kepada Allah SWT, Karena atas berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini dengan judul "Strategi komunikasi pemerintah dalam menyampaikan pesan pembangunan melalui TVRI lampung". Penulisan proposal penelitian ini ditujukan untuk meraih gelar S1 pada jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung. Selanjutnya penulis menyadari masih sangat amat banyak kesalahan dalam penulisan proposal ini. mulai dari pemilihan kata atau kalimat yang kurang tepat, format penulisan yang masih belum sesuai dengan standar Karya Tulis Ilmiah Universitas Lampung, bahkan sampai penyampaian poin-poin penting dalam tiap halaman yang mungkin nantinya akan jadi perbaikan penulis kedepannya untuk menyempurnakan penelitian ini, dan terakhir, penulis berharap penelitian ini dapat membawa kebermanfaatan bagi masyarakat, almamater tercinta, dan juga penulis pribadi khususnya. Sekian terima kasih.

Bandar lampung, 10 juli 2025

Tonang

NPM. 2156021005

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYAT HIDUP	9
MOTTO.....	10
PERSEMBAHASAN	11
SANWACANA.....	12
KATA PENGHANTAR.....	15
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR SINGKATAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Fungsi pemerintah	10
2.2 Tinjauan Komunikasi Pemerintah.....	12
2.2.1. Pengertian komunikasi pemerintah	12
2.2.2. Fungsi Komunikasi Pemerintah	13
2.3 Tinjauan Strategi Komunikasi	15
2.3.1. Pengertian Strategi Komunikasi	15

2.3.2. Tujuan Strategi Komunikasi	20
2.4 Tinjauan Pesan Pembangunan	21
2.5 Tinjauan Media Penyiaran Publik (TVRI)	23
2.5.1. Profile Singkat TVRI	23
2.5.2. Peran TVRI Sebagai Media Penyiaran.....	24
2.6 Kerangka Berpikir	27
 III. METODE PENELITIAN	 30
3.1 Tipe Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Informan Penelitian	31
3.4 Fokus Penelitian.....	33
3.5 jenis dan sumber data	34
3.6 Teknik pengumpulan Data	34
3.6.1 Metode Wawancara.....	34
3.6.2 Metode observasi	35
3.6.3 Metode dokumentasi	35
3.7 Teknik Analisis data.....	35
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	36
 IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 38
4.1 Gambaran Umum.....	38
4.1.1. Sejarah LPP TVRI Lampung	38
4.1.2. Visi dan Misi LPP TVRI Lampung	39
4.1.3. Tugas Pokok LPP TVRI Lampung	40
4.1.4. Logo TVRI lampung	41

4.1.5. Struktur Organisasi TVRI Lampung	42
4.1.6. Tugas Pokok Dan Fungsi (Tupoksi)	43
4.2 Hasil	45
4.2.1. Kondisi terkini	45
4.2.2. Strategi.....	47
4.2.3. Harapan Masyarakat.....	48
4.2.4. <i>Who</i> (Sumber dan Pengirim Pesan).....	50
4.2.5. <i>Says What</i> (Isi Pesan Pembangunan)	64
4.2.6. <i>Channel</i> (Media Penyampaian Pesan).....	74
4.2.7. <i>To Whom</i> (Kepada Siapa Audiensnya).....	89
4.2.8. <i>With What Effect</i> (Efek yang diharapkan)	95
4.3 Pembahasan	105
4.3.1 <i>Who</i> (sumber pesan).....	105
4.3.2 <i>Says What</i> (isi pesan pembangunan).....	106
4.3.3 <i>Channel</i> (Media penyampaian pesan)	107
4.3.4 <i>To Whom</i> (Target Audiensnya)	108
4.3.5 <i>With what Effect</i> (efek yang diharapkan).....	109
V. KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. program acara TVRI lampung	6
Tabel 2. Informan Penelitian	32
Tabel 3. elemen dan tugas masing-masin	53
Tabel 4. Kerjasama TVRI Lampung Dengan Instansi Terkait.....	54
Tabel 5. Langkah-Langkah Kegiatan Produksi & Penyiaran Kerjasama	58
Tabel 6. Sumber berita dan Teknik pengumpulan.....	60
Tabel 7. Beberapa Program pendukung pembangunan daerah Lampung	71
Tabel 8. Program TVRI Lampung yang Membahas Pesan Pembangunan.....	72
Tabel 9. Nama Dan Jadwal Program TV TVRI Lampung.....	78
Tabel 10. Media Sosial TVRI lampung	86
Tabel 11. Program acara dan target audiens	92
Tabel 12. Program yang memberikan manfaat kepada masyarkat	98
Tabel 13. Strategi komunikasi TVRI lampung.....	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pikir.....	29
Gambar 2. Stasiun TVRI Lampung	38
Gambar 3. Logo TVRI lampung.....	41
Gambar 4. Struktur organisasi TVRI lampung.....	42
Gambar 5. kegiatan Rapat kerja Sama TVRI lampung.....	52
Gambar 6. Dokumen SOP kerjasama	57
Gambar 7. Alur Sop kerja sama.....	59
Gambar 8. kolaborasi BPK RI dengan TVRI lampung	62
Gambar 9. surat liputan tugas.....	63
Gambar 10. promosi program pemerintah oleh TVRI lampung	65
Gambar 11. Proses dialog dengan narasumber.....	68
Gambar 12. Proses Syuting Program Acara Pendidikan Dan Budaya.....	70
Gambar 13. Proses Syuting program acara talk show	77
Gambar 14. Control Room	80
Gambar 15. Ruang Studio B.....	81
Gambar 16. Media sosial TVRI Lampung (instagram)	85
Gambar 17. Ruangan Proses Pemilahan Materi	87
Gambar 18. Ruangan Proses Editing Visual	88
Gambar 19. Cuplikan program "Inspirasi Tani"	93
Gambar 20. Kegiatan Bazar Pangan Murah Di Tvri Lampung.....	100
Gambar 21. Kegiatan Bazzar Pangan Murah	101
Gambar 22. Dokumentasi wawanca Ibu Elly sultrawati kepala.....	145
Gambar 23. Dokumentasi wawancara ibu Neneng Humas.....	145
Gambar 24. Dokumentasi wawancara ibu Liviyanti	146
Gambar 25. Dokumentasi wawancara Bapak Willi.....	146
Gambar 26. Dokumentasi wawancara Bapak Jonizar	147
Gambar 27. Dokumenasi wawancara Yuda	147
Gambar 28. Dokumentasi wawancara	148
Gambar 29. Dokumentasi wawancara ibu Siti Halimah	148
Gambar 30. Dokumentasi wawancara	149

DAFTAR SINGKATAN

LPP	: Lembaga Penyiaran Publik
TVRI	: Telivis Republik Indonesia
BSSN	: Badan Siber Dan Sandi Negara
GNFI	: Good News From Indonesia
KPI	: Komisi Penyiatan Indonesia
PSB	: Publik Service Broadcasting
PNBP	: Penerimaan Negara Bukan Pajak
SOP	: Standar Oprasional Prodesur

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pemerintah adalah badan, organ, organisasi, departemen, atau lembaga yang bertugas melaksanakan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan pemerintahan. Pemerintah memiliki peran utama sebagai penyedia layanan yang menjamin berfungsinya lembaga-lembaga pemerintahan, baik di tingkat internal maupun eksternal, dalam melayani masyarakat. Selain bertanggung jawab dalam pembuatan kebijakan, pemerintah juga berperan sebagai mediator yang menghubungkan harapan masyarakat dengan keputusan yang diambil. Dengan demikian, pemerintah tidak hanya berfokus pada penyusunan kebijakan, tetapi juga memastikan kebijakan tersebut mencerminkan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. (Aprilia1 dkk., 2022:70).

Pemerintah harus memenuhi kebutuhan masyarakat. Kemampuan komunikasi pemerintah sangat dipengaruhi oleh kemampuan penyampai pesan dalam menyajikan informasi yang mudah dimengerti dan jelas. Namun hal tersebut dapat diubah dan masyarakat menjadi perantara ketika ide-ide disampaikan kepada penguasa, disini pemerintah berperan sebagai perantara untuk menganalisis apa yang diharapkan masyarakat. Komunikator sangatlah penting, sehingga pembicara publik sangat menentukan efektivitas komunikasi. Selain itu, komunikasi pemerintahan juga harus bisa beradaptasi dengan perubahan yang ada di pemerintahan. Oleh karena itu, komunikasi dan persuasi dilakukan dengan memberikan informasi yang berbeda-beda kepada masyarakat luas agar dapat memantau penyelenggaraan pemerintahan (Aprilia1 dkk., 2022:75).

Salah satu media yang paling efektif digunakan pemerintah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah televisi, televisi tetap menjadi sarana untuk menjangkau masyarakat luas terutama di daerah yang akses internetnya masih terbatas (Paralihan dkk., 2024:1566.vol 4). Dalam menghadapi era digital, industri penyiaran menjadi salah satu sektor yang menghadapi perubahan besar. Perubahan pola konsumsi media, kecepatan teknologi, dan kebutuhan pasar yang terus meningkat memaksa lembaga penyiaran untuk terus berinovasi guna mempertahankan relevansi dan audiens (Padang dkk., 2023a: 3).

Undang-Undang Nomor 32 Republik Indonesia Tahun 2002 tentang Penyiaran. menyatakan, Televisi Republik Indonesia adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh pemerintah, swasta, independen dan nonkomersial. Menurut undang-undang nomor 13 tahun 2005, TVRI adalah lembaga penyiaran publik (LPP TVRI) yang mempunyai misi memberikan pelayanan untuk kepentingan masyarakat. Pelayanan di bidang informasi, pendidikan, hiburan, organisasi dan perhubungan sosial, serta pelestarian kebudayaan nasional tidak ada bandingannya (Sarifah dkk.,t.t.2024:70). TVRI (Televisi Republik Indonesia), dikenal sebagai saluran media yang dipegang oleh pemerintah, bertindak sebagai penyiar publik, menyajikan berita dan program yang mendukung kebijakan pemerintah serta pembangunan negara. TVRI membawa informasi yang fokus pada kepentingan masyarakat, baik dalam skala nasional maupun daerah, untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada penonton (Teruri dkk., t.t.30).

TVRI mempunyai peran strategis dalam memberikan informasi publik kepada seluruh masyarakat Indonesia, termasuk kebijakan dan program pemerintah. TVRI sebagai media lembaga penyiaran publik milik pemerintah yang bertugas memberikan informasi kepada masyarakat umum, terutama tentang kebijakan dan program pemerintah. Di zaman digital sekarang, televisi masih memegang peranan penting sebagai salah satu media massa yang paling berpengaruh dalam

menghadirkan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Salah satu stasiun televisi yang berperan penting dalam menyajikan konten berkualitas adalah TVRI (Paralihan dkk., 2024:478). Persaingan media televisi memerlukan optimalisasi peran humas sebagai pembentuk citra yang baik bagi masyarakat dan menarik mitra strategis. Karena pesatnya pertumbuhan televisi swasta di Indonesia, TVRI mengalami kemunduran yaitu mulai ditinggalkan oleh masyarakat umum, hingga tidak dikenal oleh generasi muda dan disebut kaum milenial (Padang dkk., 2023b:33).

TVRI didirikan pada tanggal 24 Agustus 1962, tetapi TVRI Lampung baru didirikan pada tanggal 1 April 1976. Tujuan kehadiran TVRI Lampung adalah untuk memberikan pelayanan siaran televisi kepada masyarakat umum di Provinsi Lampung dan sekitarnya, serta mendukung periklanan, berita, pendidikan dan hiburan yang berkaitan dengan pendidikan lokal. TVRI Lampung, salah satu TVRI cabang regional, memfokuskan dalam memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat wilayah Lampung. TVRI Lampung bertugas memberikan informasi mengenai program-program pemerintah daerah dan kebijakan pemerintah yang penting untuk dipahami oleh masyarakat setempat, terutama di daerah yang sulit mengakses informasi lebih lanjut.

Seiring pesatnya perkembangan teknologi digital, pola konsumsi media di masyarakat mengalami perubahan yang signifikan. Munculnya internet dan media sosial telah mengalihkan perhatian banyak orang dari televisi tradisional ke platform digital. Berdasarkan laporan terbaru digital data Indonesia 2024 dari We Are Social dan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan 7 jam 38 menit sehari untuk mengakses internet, sedangkan 2 jam 41 menit dihabiskan untuk menonton televisi. Dalam survei yang dilakukan oleh Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN), di Lampung, disimpulkan bahwa anak muda usia 10-20 tahun rata-rata menghabiskan 2-4 jam per hari untuk media sosial. Dari total 220 siswa yang menjadi responden, sebanyak 101 siswa (45,91%) memakai media sosial selama 2-

4 jam, 47 siswa (21,36%) menggunakannya selama 5-8 jam, dan 35 siswa (15,91%) bahkan menghabiskan lebih dari 8 jam dalam sehari untuk bermedia sosial. Perubahan ini menjadi tantangan besar bagi TVRI Lampung untuk mempertahankan relevansi dan efektivitasnya sebagai stasiun komunikasi publik.

Selain tantangan perubahan pola konsumsi media, juga permasalahan kurangnya respon masyarakat terhadap informasi yang diberikan TVRI Lampung. Menarik perhatian khalayak, khususnya generasi muda, merupakan tantangan besar bagi media tradisional. GoodStats adalah media yang menyajikan informasi berkualitas berbasis data dan angka. Menurut artikel GoodStats berada di bawah naungan Good News From Indonesia (GNFI) menjelaskan sebanyak 57% dari peserta survei mengatakan bahwa mereka terakhir kali menonton acara TV lokal beberapa bulan yang lalu. Ini menunjukkan bahwa televisi lokal sudah tidak diprioritaskan oleh banyak orang lagi. melihat ke belakang, sebanyak 23% dari peserta survei mengungkapkan bahwa mereka terakhir kali menonton acara televisi lokal dalam kurun waktu 2-3 tahun terakhir. Sementara itu, sebanyak 11% responden mengaku terakhir kali menonton TV lokal sekitar 5 hingga 7 tahun yang lalu. Ada juga 5% responden yang mengakui sudah jarang atau tidak lagi menonton TV lokal sejak lebih dari 10 tahun yang lalu. Hal ini semakin menggaris bawahi bahwa penurunan tren ini sudah terjadi dalam jangka waktu yang cukup lama dan tidak hanya sekadar tren musiman. Masyarakat kini lebih menyukai informasi yang cepat, interaktif, dan personal yang tidak dapat dipenuhi oleh model penyiaran tradisional. Situasi ini mengharuskan TVRI Lampung menerapkan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan adaptif agar tetap relevan dalam lingkungan media yang terus berubah. Kerena, Jika TVRI Lampung tidak beradaptasi dengan teknologi ini, seperti memanfaatkan platform digital atau menghadirkan konten interaktif, mereka berisiko kehilangan penonton, terutama generasi milenial. (Cintana D, (2024) Penurunan jumlah penonton TV lokal, diakses pada tanggal 15 oktober 2024).

Karakteristik pemirsa lokal yang berbeda di Lampung, TVRI Lampung harus mengembangkan strategi komunikasi yang dapat menyesuaikan konten dengan kebutuhan dan kepentingan komunitas yang berbeda. Selain itu, di era digital ini, sangat penting bagi TVRI Lampung untuk memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan siaran langsung untuk memperluas pemirsanya. Tindakan yang bersifat inkremental (terus meningkat) dan berkelanjutan dikenal sebagai tindakan strategis, dan dilakukan dengan mengurangi risiko bagi pelanggan dari waktu ke waktu. Di dalam sebuah setiap perusahaan atau lembaga, strategi hampir selalu diperlukan oleh semua divisi, bahkan oleh TVRI. Menggunakan strategi guna mengenalkan atau mempromosikan program-program. Strategi Salah satu cara agar tujuan dapat tercapai ialah dengan mewujudkan visi dan misi. Strategi ini adalah metode yang digunakan mencapai tujuan jangka panjang perusahaan yang telah ditetapkan berdasarkan hasil analisis. Situasi dilakukan dengan menggunakan suatu tindakan khusus dan membutuhkan situasi yang tepat. Alokasi sumber daya yang diperlukan dalam penerapan tindakan tersebut. Menurut pendapat yang disampaikan oleh Effendi, seorang pakar ilmu komunikasi, menyatakan bahwa strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen diperlukan agar tujuan perencanaan dapat tercapai. Strategi tidak seperti peta jalan yang menunjukkan arah yang harus diambil tidak hanya menunjukkan roadmap saja, namun juga harus mampu menunjukkan strategi yang tepat (Padang dkk., 2023c:121).

Dalam usaha menyampaikan pesan pembangunan kepada masyarakat, TVRI Lampung memanfaatkan berbagai saluran komunikasi secara optimal. Mereka tidak hanya mengandalkan program siaran televisi, tetapi juga memanfaatkan platform digital seperti media sosial. Program siaran televisi mencakup berita dan tayangan tematik yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai kebijakan pemerintah. Sementara itu, media sosial digunakan untuk memperluas jangkauan informasi dan menarik perhatian audiens yang lebih muda. Berikut ini adalah tabel yang merangkum berbagai program TVRI Lampung, baik yang disiarkan melalui televisi maupun yang dipublikasikan di platform digital.

Tabel 1. program acara TVRI lampung

Nama program acara	Tv / media sosial
Sudut pandang	Tv dan Youtube
Warung kopi	TV
Lensa UMKM	TV
Inspirasi Tani	TV dan youtube
Podcast tapis	Youtube
Lampung hari ini	TV dan youtube
Headline News	Instagram Dan youtube

Sumber : Diolah Peneliti (2025)

Akibatnya, strategi sering kali didasarkan pada apa pun yang mungkin terjadi, hasil, bukan sekadar keadaan saat ini. Strategi seringkali didasarkan pada apa pun yang mungkin terjadi, bukan hanya pada keadaan saat ini. Menurut analisis yang itu disebutkan di atas, strategi didefinisikan sebagai suatu kerangka kerja yang selalu berkembang dan ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengurangi perubahan dan risiko dari waktu ke waktu. Hal ini menyoroti perlunya membutuhkan adaptasi dan inovasi dalam menanggapi perubahan lingkungan dan kebutuhan pelanggan. adaptasi dan inovasi dalam menanggapi perubahan lingkungan dan kebutuhan pelanggan (Rahmanda & Simamora, 2024:843).

Guna mendukung penelitian ini, penulis mengumpulkan kajian terkait penelitian terdahulu yang telah diselesaikan dan dianggap penting untuk dijadikan referensi dan juga sumber rujukan peneliti dalam menyelesaikan tugas penelitian ini. Berkaitan dengan topik yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini perlu didukung dengan review dari penelitian-penelitian terdahulu yang merupakan penelitian sejenis. Untuk itu, peneliti menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang merupakan penelitian sejenis.

Penelitian pertama dilakukan oleh Rafli Rahmanda dan Irma Yusriana Simamora dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tahun 2024. Judul penelitian ini adalah Strategi Humas TVRI Sumatera Utara dalam Pengelolaan Aplikasi Instagram untuk Meningkatkan Citra Positif pada Masyarakat di Sumatera Utara. Penelitian ini memanfaatkan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh humas TVRI Sumatera Utara dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat komunikasi. Melalui analisis yang dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi tersebut efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens di platform media sosial, sambil memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan citra TVRI di kalangan masyarakat Sumatera Utara. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang menjadi kendala dalam penerapan strategi ini, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang diperlukan untuk mengelola media sosial secara profesional dan perlunya pelatihan lebih lanjut untuk meningkatkan kompetensi tim dalam pengelolaan konten digital. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya penguatan kapasitas internal humas TVRI untuk mendukung keberhasilan strategi komunikasi digital mereka.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ison Ahmad, Wa Ode Musrifa, Sitti Ilma Hamsar, Astuti Ambo, dan Wahidah Suryani dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo pada tahun 2023. Judul penelitian ini adalah Kinerja Televisi Republik Indonesia (TVRI) Gorontalo sebagai Media Penyiaran Publik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif atau survei untuk mengevaluasi peran dan kinerja TVRI Gorontalo sebagai media penyiaran publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperlukan investasi dalam teknologi penyiaran, pelatihan tenaga kerja, serta pengembangan strategi digital untuk memperluas jangkauan audiens, terutama di era konvergensi media saat ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa upaya tersebut dapat meningkatkan relevansi dan inovasi TVRI Gorontalo, sehingga lebih mampu memenuhi kebutuhan audiens sebagai media penyiaran publik yang modern dan inklusif.

Terdapat beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu lokasi studi yang tentu saja memiliki karakteristik berbeda, lalu perbedaan selanjutnya yaitu topik penelitian yang berbeda, serta metode penelitian yang digunakan, dan perbedaan lainnya terdapat pada subjek dan objek penelitian. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik meneliti bagaimana: **“Strategi Komunikasi pemerintah Dalam penyampaian pesan pembangunan melalui TVRI Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin memaparkan permasalahan tentang “Bagaimana strategi komunikasi TVRI lampung dalam menyampaikan pesan pembangunan pemerintah ?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan penulisan tugas akhir ini adalah menjelaskan dan menggambarkan bagaimana strategi komunikasi pemerintah dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan melalui TVRI lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur adaptasi strategi komunikasi tradisional di era digital dan memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika komunikasi antara pemerintah dan masyarakat dalam berbagai media. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada peran televisi publik di era digital.
2. Secara praktis: hasil penelitian ini akan menjadi panduan bagi TVRI Lampung dan organisasi media lainnya untuk merumuskan strategi penyampaian informasi publik yang efektif dan konsisten. Selain itu,

penelitian ini dapat memberikan opini bagi pengambil keputusan dalam merancang kebijakan informasi publik yang selaras dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen media.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Fungsi pemerintah

keberadaan pemerintah adalah suatu yang urgen bagi proses kehidupan masyarakat. keberadaan Pemerintah pada dasarnya bertugas mengatur dan mengelola melindungi warga masyarakat agar selalu aman. Secara konseptual dikemukakan bahwa fungsi pokok pemerintahan adalah tugas untuk mengatur regulasi dan memberikan layanan. Suatu bagaimanapun bentuk dan luasnya, pemerintahan tetap dijalankan dengan cermat dan bijaksana. Pemerintahan tetap terpusat secara konsisten. Dengan terbatasnya kemampuan pemerintah menyebabkan konsekuensi logis dalam hal penyerahan. berbagai kegiatan pemerintah negara kepada pemerintah daerah. Pemerintahan yang berkualitas akan senantiasa berlanjut Memperkuat legitimasinya melalui memberikan harapannya mengenai bagaimana keinginan rakyat. Menyisir kesempurnaan memberikan pelayanan yang terbaik, adil, menyelesaikan konflik kepentingan yang dan memberikan panduan mengenai langkah terbaik agar harapan bisa terwujud lebih cepat dan masyarakat mendambakan kesejahteraan sosial dan ekonomi (Sawir, t.t.:209).

Menurut Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah maka yang dimaksud dengan pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945. Selain itu, pemerintahan daerah juga memiliki arti pelaksanaan fungsi-fungsi pemerintahan daerah yang dilakukan oleh lembaga pemerintah daerah. Adapun fungsi pemerintah antara lain:

1. Fungsi Pelayanan
2. Fungsi Pengaturan.
3. Fungsi Pembangunan
4. Fungsi Pemberdayaan (*Empowermen*)

Pemerintahan membawa tiga fungsi esensial yang harus diemban, yaitu pelayanan, pemberdayaan, dan proses pembangunan sedang berlangsung. Dari tiga fungsi tersebut, dua di antaranya dapat digolongkan sebagai fungsi utama dan peran kedua. Fungsi primer adalah fungsi yang terus berjalan dan terhubung secara langsung meletakkan diri dalam keadaan yang diatur. Maknanya, fungsi utama tak pernah berkurang. Dengan perbaikan keadaan ekonomi, politik, dan sosial masyarakat, kondisi semakin membaik. Kondisi masyarakat semakin menuntut peningkatan peran utama pemerintah. Pemerintah memiliki fungsi yang penting. Primer memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa dalam konteks pelayanan publik. Fungsi sekunder berperan sebagai fungsi yang berkaitan secara negatif dengan kondisi. Konteks ekonomi, politik dan sosial masyarakat berjalan seiring. Makin membaik keadaan ekonomi dan politik, demikian pula faktor sosial. Semakin berkurangnya fungsi sekunder pemerintah terkait dengan peran yang semakin meluas dalam masyarakat. Peran pemerintah dalam memberdayakan dan membangun.

Bersamaan dengan evolusi kebutuhan dan harapan masyarakat serta upaya untuk mencapai tujuan negara, pemerintah juga mengalami perkembangan fungsi dan Peran harus selalu dijaga agar tidak terjadi distorsi antara tujuan, fungsi, kebutuhan, dan program-program yang telah ditetapkan. Pemerintah Proses di mana pemerintah seharusnya menjalankan tugasnya sesuai fungsi-fungsinya sangatlah beragam. Dipikirkan oleh para ahli pemerintahan, seperti dalam hal manajemen pemerintahan. Berperan dalam berbagai aspek manajemen dengan memberikan petunjuk, memberi perintah, dan menggerakkan. Mengoptimalkan koordinasi,

pengawasan, dan motivasi serta menjaga hubungan pemerintahan yang selaras (Mubarak dkk., t.t.vol 4).

2.2 Tinjauan Komunikasi Pemerintah

2.2.1. Pengertian komunikasi pemerintah

Komunikasi pemerintah merupakan suatu proses komunikasi antar masyarakat yang berlangsung dalam kerangka organisasi pemerintah. Oleh karena itu, komunikasi pemerintah tidak dapat dipisahkan dari konteks komunikasi manajemen dan merupakan bagian penting dari komunikasi manajemen. Pesan yang dikirimkan dan diterima bukan sekedar kata-kata, namun juga pertukaran ide, nasihat dan perasaan (Jurnal dkk., 2024:3). Komunikasi pemerintah mengacu pada cara pertukaran informasi, pesan dan gagasan antara pemerintah dan masyarakat. Ini mencakup berbagai bentuk komunikasi yang digunakan lembaga pemerintah untuk menjelaskan kebijakan, program, dan layanan kepada publik.

Model komunikasi pemerintah mencakup berbagai strategi dan cara berkomunikasi kepada masyarakat, termasuk penggunaan media massa, situs resmi, pertemuan publik, dan platform media sosial untuk berkomunikasi, termasuk kemampuan pemerintah dalam mendengarkan masyarakat dan menanggapi isu-isu yang sedang terjadi dan kekhawatiran (S, 2024:7).

Berikut beberapa poin penting dalam menjelaskan informasi publik:

1. Tujuan: Tujuan informasi publik adalah untuk meningkatkan kesadaran, akuntabilitas, dan partisipasi publik. Hal ini juga membantu membangun kepercayaan antara pihak berwenang dan warga negara.
2. Komunikasi publik: Komunikasi publik dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain media massa, media sosial, website publik, poster, konferensi pers, dan pertemuan publik. Menggunakan saluran ini akan meningkatkan penayangan lebih luas.

3. Pesan dan konten: Konten komunikasi publik dapat berisi informasi tentang kebijakan publik, periklanan, program dan layanan. Pesan ini harus jelas dan transparan kepada publik.
4. Interaksi dengan masyarakat: Komunikasi publik tidak hanya bersifat satu arah, melainkan interaksi dengan masyarakat. Pihak berwenang dapat memperoleh masukan dari masyarakat melalui survei, acara atau media sosial untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Komunikasi krisis: Dalam situasi darurat atau krisis, komunikasi publik sangatlah penting. Pemerintah hendaknya memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu untuk mengatasi permasalahan dan permasalahan masyarakat.

2.2.2. Fungsi Komunikasi Pemerintah

Komunikasi pemerintah merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan dari suatu kelompok ke kelompok lain dengan harapan akan terjadi perubahan perilaku berdasarkan pesan yang diterima. Dengan demikian, komunikasi publik merupakan hasil proses kompleks yang melibatkan kognisi (berpikir) dan perilaku (tindakan). Oleh karena itu, kegiatan komunikasi hendaknya didasarkan pada prinsip-prinsip berikut: apa, untuk siapa, kapan, bagaimana, dan melalui saluran apa. Memahami unsur-unsur proses komunikasi merupakan langkah awal dalam mengembangkan pemahaman tentang komunikasi publik atau komunikasi di sektor public (Alfajri, 2024:81).

Komunikasi pemerintah mengacu pada tujuan, tindakan dan metode komunikasi yang digunakan oleh politisi dan pejabat di lembaga publik lainnya dalam kerangka pemikiran politik dan berdasarkan kesepakatan langsung atau tidak langsung dengan masyarakat. Dikatakan bahwa komunikasi publik adalah suatu proses manajemen yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu untuk tujuan politik, melalui komunikasi

tindakan yang bertujuan untuk mempengaruhi dan menciptakan hubungan masyarakat reputasi yang efektif dalam rangka mendukung program dalam mencapai tujuan. komunikasi pemerintah merupakan pekerjaan yang mengabdikan kepada masyarakat dengan cara melaksanakan pekerjaan umum yang bertujuan untuk membangun hubungan dengan orang-orang di dalam dan di luar organisasi (Muchtar dkk., 2023:88).

Segala bentuk komunikasi pemerintah berperan penting dalam membimbing dan memenuhi kebutuhan masyarakat, dan pihak yang berwenang harus memilih jenis komunikasi yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhan masyarakat:

1. Komunikasi: Komunikasi publik adalah tindakan berkomunikasi dan melibatkan orang-orang dalam pengambilan keputusan.
2. Meningkatkan transparansi: Komunikasi pemerintah memastikan bahwa informasi yang diterima masyarakat akurat dan transparan, untuk memperkuat kepercayaan antara pihak berwenang dan masyarakat.
3. Menciptakan partisipasi masyarakat: Konsultasi publik membantu menciptakan partisipasi masyarakat yang kuat dalam proses pemerintahan, sehingga masyarakat dapat memberikan masukan dan mengambil keputusan.
4. Mengkoordinasikan program pemerintah: Komunikasi pemerintah membantu mengkoordinasikan program pemerintah dan memastikan pelaksanaan yang lancar dan efektif. Memotivasi masyarakat: Komunikasi publik membantu memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam program publik dan memastikan bahwa masyarakat memahami tujuan dan manfaat program.
5. Menjamin stabilitas sosial: Komunikasi publik membantu menjaga stabilitas sosial dengan memastikan bahwa masyarakat mengetahui isu-isu penting dan memastikan bahwa masyarakat berpartisipasi dalam urusan pemerintahan.

2.3 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.3.1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah rencana untuk menyampaikan pesan dengan cara yang paling efektif kepada khalayak sasaran. Ini mencakup berbagai aspek seperti tujuan komunikasi, pemahaman audiens dan pemilihan media yang tepat. Inti dari strategi komunikasi adalah memastikan bahwa pesan dapat dipahami dengan jelas dan akan mempengaruhi sikap atau tindakan dari orang yang menerima pesan tersebut.

Menurut pendapat Effendy dalam Kusnato (2024:15), istilah "komunikasi" dan "strategi" saling terkait dalam membentuk strategi komunikasi. Di dalam masyarakat modern, makna istilah "strategis" dapat berbeda dari yang dimaksudkan. Sekarang, biasanya dipergunakan untuk menggambarkan skema, taktik, atau metode guna mencapai suatu sasaran. Secara dasarnya, strategi adalah perancangan dan pengurusan untuk mencapai matlamat. Strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari seluruh unsur komunikasi seperti penyiar, pesan, saluran (media), penerima dan efek, yang bekerja sama untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu yang baik. Perkembangan pada suatu bidang tertentu memerlukan adanya strategi komunikasi sehingga berhasil atau tidaknya suatu komunikasi ditentukan oleh strategi komunikasi itu sendiri. Cara untuk mencapai tujuannya tersebut adalah kombinasi manajemen informasi (komunikasi) dan perencanaan komunikasi (informasi perencanaan). Untuk mencapai tujuan tersebut maka strategi komunikasi harus dikendalikan, yaitu pendekatan dapat diubah sesuai situasi dan keadaan (Kusnato & Yusuf, 2024:15).

Dalam strategi komunikasi, penting untuk mengetahui siapa kelompok sasarannya, apa yang ingin mereka ketahui, dan cara terbaik menyampaikan pesan agar dapat dipahami dan didengar. Tujuan dari strategi ini adalah agar

jasas, konsisten, dan mampu mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku masyarakat berdasarkan tujuan komunikasi yang dimaksudkan (Rahmadhani dkk., 2024:127).

Dalam merencanakan strategi komunikasi, perlu diikuti empat langkah yang harus. Di perhatikan agar terjalin komunikasi yang efektif. Menurut pandangan (Anwar Arifin tahun 2016 dalam (Kurniawan, t.t.:3), strategi komunikasi memiliki peran yang penting mengetahui lebih dekat dengan Khalayak. Mengetahui siapa yang menjadi sasaran yang kita tuju adalah tahap terpenting sebelum merancang strategi komunikasi. Mengetahui dan memahami sikap orang banyak akan membantu komunikator untuk berkomunikasi dengan lebih lancar. Memilih model komunikasi yang cocok dan pas agar pesan diterima dengan baik oleh penerima pesan. Memahami khalayak adalah penting. Melakukan pencarian informasi tentang tingkat pengetahuan masyarakat. Mengenai topik yang akan dijelaskan dan alat komunikasi yang sering mereka gunakan untuk itu menerima pesan menyusun komunikasi. Setelah memahami jenis khalayak serta situasinya dengan baik, langkah yang harus diambil. Selanjutnya yaitu merencanakan isi pesan yang akan disajikan kepada audiens. Dikirim secara langsung atau lewat media komunikasi. Wilbur Schramm dalam Agung Anwar Arifin (2016) menyoroti pentingnya pesan agar dapat disampaikan dengan efektif. Sesuai dengan kriteria yang tertera: Perancangan pesan perlu diperhatikan dengan seksama untuk dapat menarik perhatian dengan optimal khalayak menjadi sasaran. Pesan sebaiknya dilengkapi dengan simbol atau tanda khusus yang sesuai dan dikenal. Dipermudahkan bagi khalayak sasaran memahami pesannya dimengerti. Pesan harus dapat memancing minat publik dan memberikan saran. Cara untuk mendapatkan kebutuhan itu pesan yang dibuat diharapkan dapat menarik perhatian khalayak memberikan respons atau umpan balik. Menentukan cara yang akan digunakan mencari cara yang tepat dalam menyampaikan pesan adalah hal yang penting. Hal

tersebut menjadi penting karena akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi. Pemilihan dan penggunaan media dalam menyusun strategi komunikasi, penting untuk memilih media dengan cermat, komunikator. Perlu dapat menyadari serta menyesuaikan media mana yang sesuai digunakan. *Communication sources*. Komunikasi yang tepat akan memastikan pesan diserap dengan baik cara komunikasi yang digunakan.

Strategi komunikasi dirancang untuk menyampaikan pesan kepada audiens dengan cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Teori Model strategi Komunikasi Harold D Lasswell memperhatikan lima aspek krusial dalam proses komunikasi: siapa menjadi sumber pesan (*Who*), konten pesan yang disampaikan (*Says what*), media atau saluran yang digunakan (*In which channel*), penerima pesan (*To whom*), dan dampak dari komunikasi tersebut (*With what effect*) (Agnes dkk., 2024:277).

Analisis tentang lima unsur komunikasi menurut Harold Lasswell, seperti yang diungkapkan oleh Hidayati dalam Agnes (2024:3), terdiri dari:

1. *Who* (Siapa/Sumber)

Unsur ini merujuk pada sumber atau komunikator, yaitu pihak yang berperan sebagai pengirim pesan atau yang memulai percakapan. Komunikator dapat berupa individu, kelompok, organisasi, atau bahkan negara.

2. *Says What* (Pesan)

Bagian ini menggambarkan isi informasi yang akan disampaikan kepada komunikan atau penerima. Pesan merupakan kumpulan simbol, baik yang diucapkan maupun yang tidak, yang mewakili emosi, moral, konsep, dan makna dari sumber. Terdapat tiga elemen dalam pesan: makna itu sendiri, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, serta cara komunikasi yang disusun.

3. *Which Channel* (Saluran/Media)

Unsur ini menjelaskan alat atau media yang digunakan untuk mengirimkan pesan, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung, melalui media cetak, elektronik, dan lain sebagainya, dari komunikator kepada komunikan.

4. *To Whom* (Untuk Siapa/Penerima)

Penerima pesan bisa berupa individu, kelompok, bangsa, atau organisasi yang menjadi target komunikasi. Pihak ini juga dikenal sebagai komunikan, pendengar, audiens, atau sasaran komunikasi.

5. *With What Effect* (Dampak/Efek)

Dampak atau efek merujuk pada perubahan yang mungkin terjadi, seperti perubahan sikap atau peningkatan pengetahuan yang dialami oleh komunikan sebagai hasil dari menerima pesan dari sumber.

Penulis menggunakan teori Teori Harold D Lasswell karena memberikan kerangka sistematis untuk merancang komunikasi yang efektif. Setiap elemen dalam model ini saling berkaitan dan berkontribusi pada keberhasilan komunikasi. Sebagai contoh, tanpa pemahaman yang mendalam tentang audiens, penyampaian pesan melalui saluran yang kurang tepat tidak akan memberikan dampak yang optimal. Dalam konteks penelitian ini, TVRI sebagai saluran komunikasi publik perlu meningkatkan relevansinya di tengah pergeseran preferensi audiens dari media tradisional ke platform digital. Oleh karena itu, penting untuk menggabungkan saluran tradisional dengan media digital serta mempertimbangkan preferensi audiens agar pesan pemerintah dapat disampaikan, diterima, dan direspons dengan baik.

Konsep ini mencakup serangkaian tindakan dan pendekatan yang digunakan untuk memastikan bahwa informasi atau pesan yang disampaikan dapat dipahami, diterima, dan menghasilkan respons yang diinginkan dari audiens. Strategi komunikasi mempertimbangkan beberapa elemen penting, seperti

tujuan komunikasi, target audiens, pesan utama, saluran komunikasi, dan teknik penyampaian.

Berikut ini adalah elemen utama dalam strategi komunikasi :

1. Tujuan Komunikasi: Menentukan apa yang ingin Anda capai melalui komunikasi, seperti meningkatkan kesadaran, mengubah persepsi, memengaruhi perilaku, atau membangun hubungan.
2. Target Audiens: Mengidentifikasi kelompok atau individu yang menjadi target komunikasi, memahami kebutuhan, karakteristik, preferensi, dan bagaimana mereka mengonsumsi informasi.
3. Pesan utama: Buat pesan utama yang relevan, jelas, dan menarik bagi audiens target Anda. Pesan yang ingin disampaikan harus disesuaikan dengan khalayak agar mereka dapat meresponsnya.
4. Komunikasi: Pilih cara atau media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan Anda, seperti media sosial, email, iklan, media cetak, radio, televisi, atau kontak langsung.
5. Gaya dan nada bicara: Menentukan gaya dan nada bicara yang sesuai berdasarkan karakteristik audiens, konteks berbicara dan tujuan yang ingin dicapai. Misalnya, nadanya bisa formal atau informal, serius atau santai tergantung situasinya.
6. Waktu dan frekuensi: memilih waktu yang tepat untuk mengirimkan pesan dan menentukan frekuensi komunikasi terbaik agar pesan tersampaikan secara efektif tanpa mengganggu audiens.
7. Evaluasi dan tindak lanjut: Mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi dengan mengukur respon audiens dan dampak pesan komunikasi.

Survei ini akan digunakan untuk menyesuaikan atau meningkatkan strategi masa depan. Dengan merancang strategi komunikasi yang tepat, organisasi dan individu dapat menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan efisien

untuk mencapai tujuan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan publik.

Semakin sering suatu informasi atau isu muncul di media, semakin kuat kesan yang tertinggal dalam ingatan penonton. Media massa memiliki kekuatan dalam memengaruhi pemahaman masyarakat terhadap suatu topik (Nestya Indih Mulyana & Qoni'ah Nur Wijayanti, 2023:209).

2.3.2. Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam upaya menjaga keberlangsungan pembangunan yang berkelanjutan, strategi komunikasi yang efektif sangat penting. Hal ini karena komunikasi yang efektif melibatkan lebih dari sekadar menyampaikan pesan kepada audiens dengan efek langsung. Namun, dampak dari komunikasi efektif juga harus mencerminkan target, tujuan, serta sasaran pembangunan berkelanjutan untuk memberikan pemahaman yang luas kepada seluruh masyarakat.

Untuk memulai pembangunan yang berkelanjutan, tahapan awal dalam penyaluran informasi pastinya melibatkan perencanaan menyeluruh yang siap untuk dieksekusi guna mencapai keberhasilan proyek yang diinginkan. Perencanaan yang kokoh bisa dijadikan panduan atau batasan yang menetapkan ruang lingkup kerja bagi pelaksanaan komunikasi. Perencanaan yang cermat membuat proyek memiliki tujuan yang terarah dengan risiko minim yang mungkin terjadi. Terkait perencanaan, terdapat tiga jenis yang bisa dipertimbangkan dalam merancang strategi komunikasi pada zaman digital ini (Rasyad dkk., 2024:64).

Apa yang meliputi:

1. Perencanaan organisasi berfokus pada pengaturan struktur perusahaan untuk memastikan pembagian tugas yang jelas dan menghindari permainan saling lempar tanggung jawab. Sebagai contoh, penting untuk menentukan siapa yang bertanggung jawab atas langkah-langkah yang diambil untuk mencapai tujuan komunikasi.
2. Perencanaan komunikasi melibatkan pemilihan cara atau metode yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan dengan efektif, seperti menetapkan jenis media yang cocok dan strategi narasi pesan yang efektif.
3. Perencanaan teknologi, dalam era digital sekarang ini, teknologi yang dipakai mesti memadai untuk menyebarkan maklumat secara meluas sebagai satu cara untuk bertanggung jawab atas projek pembangunan.

2.4 Tinjauan Pesan Pembangunan

Komunikasi dan pembangunan saling terkait erat. Menurut Siebert, Peterson, dan Schramm dalam Armawan (2021), telah menyebutkan bahwa ketika mempelajari sistem komunikasi. Dalam berinteraksi dengan sesama, kita perlu memperhatikan beberapa keyakinan dan asumsi dasar yang dipercayai. Sebuah diskusi mengenai asal-usul manusia, masyarakat, dan negara di dalam suatu kelompok (Armawan dkk., t.t.2021:2).

Rogers menekankan bahwa komunikasi masih dianggap sebagai perpanjangan diri manusia. Perencanaan pemerintah bertujuan untuk memperoleh dukungan masyarakat dan menjalankan fungsinya dengan baik. Kerjasama mereka dalam melaksanakan rencana pembangunan. Dari perspektif Rogers ini Sudah pasti bahwa setiap pembangunan dalam suatu negara memiliki peran yang penting. Karenanya, pemerintah dalam melancarkan komunikasi perlu untuk melangkah maju tanpa ragu-ragu. Pemerintah perlu mempertimbangkan strategi komunikasi yang efektif. Digunakan untuk menyampaikan pesan agar efek yang diinginkan

sesuai dengan harapan. Para pakar komunikasi, khususnya di negara-negara berkembang, menunjukkan minat yang besar. Sangat penting untuk memperhatikan strategi komunikasi dalam konteks terkait dengan pembangunan. Perkembangan nasional di berbagai negara. Memusatkan perhatian komunikator ini adalah krusial karena akan meningkatkan efektivitas. Komunikasi bercermin pada strategi komunikasi mana yang dipilih.

Effendy dalam Armawan (2021:3) menyatakan strategi yang baik, pada tingkat makro (strategi multimedia yang direncanakan). Mempunyai fungsi berganda, yakni:

1. Menyampaikan pesan komunikasi yang informatif, persuasif, dan instruktif kepada orang lain. Dengan sistematis, langkah-langkah diarahkan menuju sasaran untuk mencapai hasil yang terbaik.
2. Memperpendek jarak budaya karena mudahnya diakses dan kenyamanan. Dengan diaktifkannya kekuatan media massa yang begitu besar, jika dibiarkan dapat menyebabkan kerusakan yang serius Prinsip kebudayaan.

Pesan pembangunan merupakan cara komunikasi yang sengaja dibuat agar bisa menghantarkan informasi, gagasan, serta prinsip-prinsip yang terkait dengan usaha meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pembangunan di bidang ekonomi, sosial, pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan lingkungan. Pesanan-pesanan ini diberikan dengan harapan dapat merangsang partisipasi komunitas, meningkatkan kesadaran, serta memberi motivasi bagi tindakan-tindakan positif yang mendukung agenda pembangunan.

Ketika kita merancang pesan, penting untuk mempertimbangkan seberapa besar aspeknya. Saat mendengarkan, model pesan yang mana yang lebih mudah direspon oleh pendengar, dengan melalui pendengar dapat dipahami. Informasi yang dibutuhkan oleh audien dari organisasi kita dapat diakses melalui berbagai saluran seperti internet, radio, televisi, dan media cetak. Apa yang paling dapat dengan

mudah dipahami oleh penonton, dan saat kita merencanakan pesan, kita juga harus mempertimbangkan hal tersebut. Perhatikanlah bahwa setiap media komunikasi (televisi, cetak, email, Web) memerlukan pendekatan yang berbeda. Menyaring media yang sesuai untuk menyampaikan pesan dan menjangkau audiens. Ini adalah langkah yang perlu. Karena kalau akurat, penonton akan cepat memahaminya. Perlu diperhatikan juga cara kita dalam mengemas pesan. Formatnya perlu disesuaikan agar bisa disajikan dalam bentuk berita, hiburan, atau bahkan.

2.5 Tinjauan Media Penyiaran Publik (TVRI)

2.5.1. Profile Singkat TVRI

Di Indonesia terdapat banyak saluran televisi swasta dan publik, termasuk Televisi Republik Indonesia (TVRI). TVRI merupakan salah satu media elektronik yang mempunyai jangkauan sangat luas dan memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan-pesan pemerintah kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui dan mengerti apa yang ingin dan perlu diketahui, informasi serta tujuan negara. Membangkitkan semangat, pengabdian, dan daya juang bangsa, memperkokoh dan membangun persatuan dan kesatuan bangsa dengan mendorong peran serta masyarakat dalam pembangunan.

Stasiun televisi yang pertama kali didirikan oleh pemerintah Indonesia yaitu TVRI, selama 27 tahun masyarakat Indonesia hanya bisa menonton satu saluran televisi. TVRI pertama kali mengudara pada tahun 1962 dengan menyiarkan secara langsung peringatan 17 tahun kemerdekaan Republik Indonesia, yaitu pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung ini masih dianggap sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai pada 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB, dimana TVRI menyiarkan secara langsung Upacara pembukaan acara 4th Asian Games di stadion Gelora Bung Karno. Bertahun-tahun kemudian masyarakat hanya bisa menyaksikan satu saluran televisi saja, hingga pada tahun 1989 pemerintah memberikan izin kepada

kelompok usaha Bimantara untuk membuka satu saluran televisi yaitu RCTI Sebagai stasiun televisi pertama di Indonesia, disusul SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI (Ahmad & Musrifa, t.t.2018:23.).

TVRI didirikan di bawah kendali pemerintah Indonesia pada masa Presiden Sukarno dengan tujuan utama menyebarkan informasi kepada seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu, TVRI juga menjadi alat pemersatu negara, mengingat ada ribuan pulau dan masyarakat serta budaya di Indonesia. Program-program TVRI diharapkan dapat menjangkau seluruh pelosok tanah air untuk mendukung persatuan dan kesatuan negara.

TVRI saat ini mengudara di seluruh wilayah Indonesia dengan menjalankan 3 saluran televisi nasional dan 35 stasiun televisi daerah, serta didukung 361 stasiun transmisi (termasuk 129 stasiun transmisi digital) di seluruh Indonesia.

2.5.2. Peran TVRI Sebagai Media Penyiaran

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, LPP adalah Lembaga penyiaran yang didirikan secara hukum oleh negara, bersifat swasta, independen, netral dan dikelola untuk memberikan pelayanan untuk kepentingan masyarakat (Pasal 14 No 1) LPP dikelola oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI), Radio Republik Indonesia (RRI) dan Lembaga Penyiaran Lokal (LPPL). LPP dalam PP Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran di Lembaga Radio Publik sebagai Sarana Informasi, Edukasi, dan Hiburan Sehat, terus berupaya untuk memberikan manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat (Pasal 3) (Rachmaria, 2021:66).

Lembaga publik Penyiaran (LPP) mempunyai peran strategis dalam menyelenggarakan program pendidikan kepada masyarakat di seluruh

wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Karena LPP merupakan proyek media publik, kata Ghazali, sehingga berdampak pula pada masyarakat.

1. Akses publik, yaitu cara umum masyarakat mengakses program televisi atau radio. Dalam prakteknya, ini biasanya merupakan metode mendirikan stasiun di lokasi terpencil.
2. Penggunaan dana masyarakat yaitu dana operasional LPP, terutama dana yang bersumber dari APBN/APB Datau dari sponsor swasta yang diawasi semuanya akan ditinjau oleh publik
3. Persyaratan akuntabilitas publik berarti LPP harus dapat melaporkan seluruh proyeknya dan penggunaan anggaran operasional.
4. Masyarakat mempunyai peluang. Masyarakat perlu dilibatkan dalam LPP dan lembaga terkait harus bersedia untuk dapat melibatkan masyarakat.

Televisi publik merupakan bagian dari dunia pertelevisian di Indonesia dan hal tersebut bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, Televisi publik adalah saluran televisi yang menyajikan berbagai program informasi, pendidikan dan hiburan untuk berbagai etnis dan kalangan di Indonesia TVRI menjadi lembaga penyiaran publik (LPP), berdasarkan Lembaga *public Service Broadcasting* (PSB), yang tergabung dalam Lembaga Penyiaran Layanan Umum Nasional, yaitu sistem penyiaran yang dikelola oleh masyarakat melalui model KPI, karena struktur dan pengelolaan keuangannya diatur dengan undang-undang yang bersifat membatasi. Dapat dikatakan dalam PP nomor 13 tahun 2005 pasal 4 tentang LPP TVRI, dimana TVRI merupakan organisasi atau lembaga yang mempunyai misi memberikan informasi, pendidikan, hiburan kesehatan, pengawasan dan integrasi sosial untuk melestarikan tradisi bangsa demi kebaikan semua orang. Tingkatan tersebut bertanggung jawab terhadap masyarakat dengan

menyelenggarakan acara televisi di seluruh wilayah pemerintahan kesatuan Republik Indonesia (Ahmad & Musrifa, t.t.:67).

Sejak awal berdirinya, TVRI telah memainkan peran strategis dalam beberapa bidang:

1. Penyebaran informasi publik Sebagai televisi publik, TVRI berperan untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah kepada masyarakat. Pada awalnya peran ini sangat dominan karena terbatasnya keterlibatan masyarakat dalam informasi lain. TVRI merupakan media komunikasi utama antara pemerintah dan masyarakat.
2. Edukasi dan informasi publik TVRI juga bertanggung jawab menyebarkan ilmu pengetahuan melalui program media yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Misalnya, TVRI menayangkan program pendidikan, diskusi berbagai isu sosial, serta film dokumenter yang mengenalkan masyarakat pada sejarah, budaya, dan pembangunan dalam berbagai mata pelajaran. TVRI juga dikenal menyiarkan acara-acara pemerintahan dan acara resmi, seperti perayaan hari kemerdekaan Indonesia, yang mengedukasi masyarakat tentang budaya negara.
3. Perlindungan Kebudayaan Nasional TVRI berperan penting dalam memajukan dan melestarikan kebudayaan Indonesia. Berbeda dengan stasiun televisi swasta yang menayangkan program hiburan komersil, TVRI banyak menayangkan acara-acara yang menampilkan kekayaan budaya Indonesia, seperti tari tradisional, lagu daerah, daerah, dan acara adat. TVRI juga mendukung keberagaman budaya dengan memberikan kesempatan kepada seluruh provinsi di Indonesia untuk menyiarkan budaya daerahnya melalui stasiun radio.
4. Mempersatukan bangsa TVRI sebagai media nasional mempunyai peranan penting dalam mempersatukan masyarakat Indonesia yang

mempunyai banyak ras, agama dan budaya. Dengan menayangkan program-program yang mendukung persatuan bangsa, TVRI menjadi salah satu alat pemerintah untuk menjaga keutuhan bangsa, khususnya di era pasca kemerdekaan dan terkini.

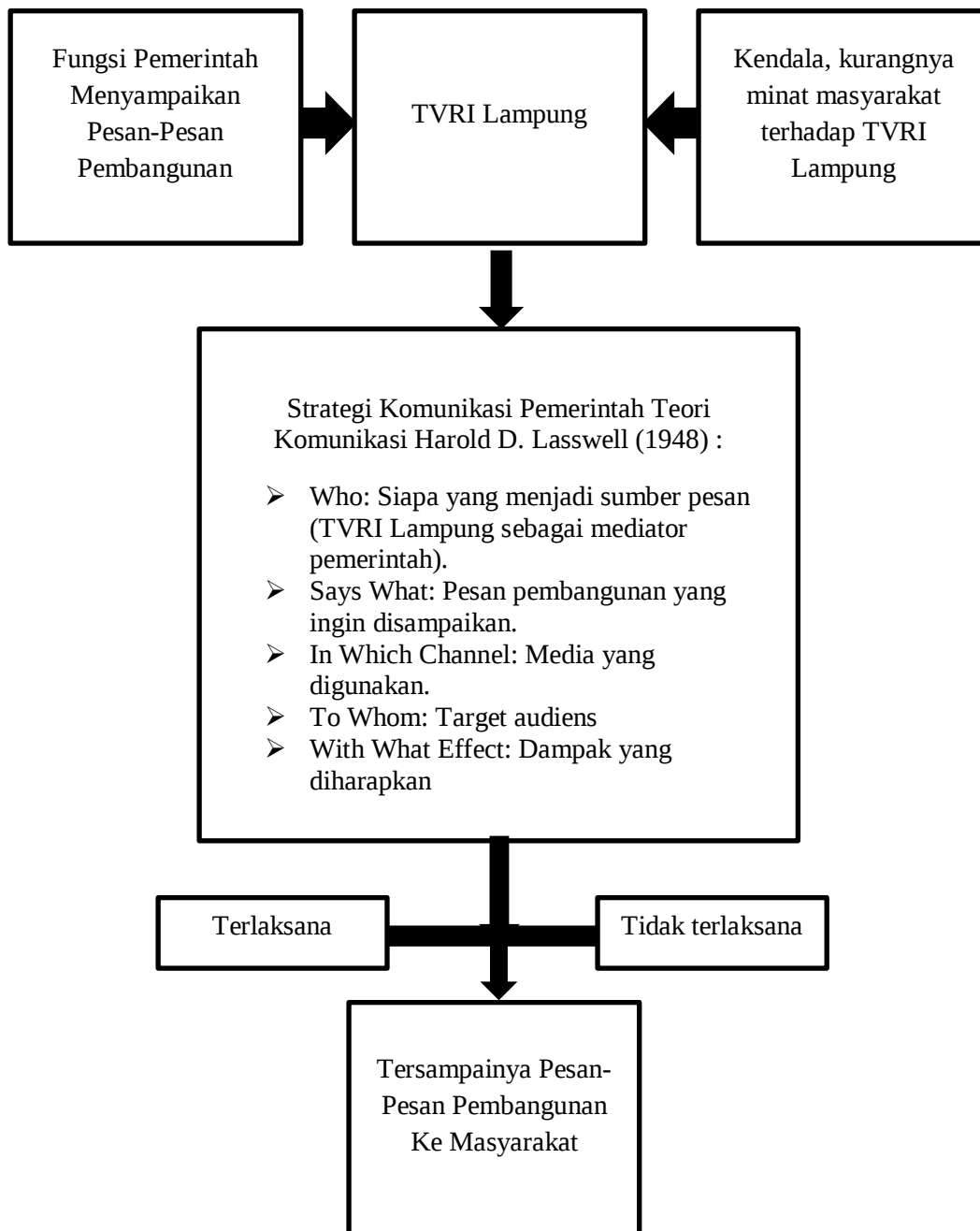
5. Perkembangan media daerah TVRI memiliki cabang daerah, termasuk TVRI Lampung yang fokus memberikan informasi lokal kepada masyarakat di daerahnya. Stasiun-stasiun lokal ini mempunyai program khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat lokal, termasuk politik pemerintah daerah, berita lokal dan hiburan lokal.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini menggambarkan bagaimana Pemerintah, sebagai sumber pesan, memanfaatkan TVRI Lampung sebagai mediator utama dalam menyampaikan informasi terkait program-program pembangunan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pesan yang disampaikan mencakup kebijakan, program pembangunan, dan informasi lainnya yang relevan, dengan target audiens utama masyarakat Lampung, terutama di daerah pedesaan atau terpencil. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya minat masyarakat membaca berita yang disampaikan TVRI, yang dipengaruhi oleh persaingan media digital dan perubahan preferensi audiens.

Berdasarkan model Lasswell, Strategi komunikasi ini melibatkan lima elemen utama: "*Who*" (pemerintah sebagai sumber pesan), "*Says What*" (pesan pembangunan), "*In Which Channel*" (TVRI Lampung sebagai saluran komunikasi), "*To Whom*" (masyarakat Lampung sebagai target audiens), dan "*With What Effect*" (dampak yang diharapkan, yaitu pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan).

Strategi ini akan menentukan keberhasilan atau kegagalan komunikasi. Jika strategi terlaksana dengan baik, maka pesan-pesan pembangunan akan tersampaikan kepada masyarakat secara efektif. Sebaliknya, jika strategi tidak terlaksana karena berbagai kendala, maka tujuan komunikasi pembangunan tidak akan tercapai. Dengan demikian, kerangka pikir ini menggambarkan keterkaitan antara peran lembaga penyiaran publik, teori komunikasi yang digunakan, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan penyampaian pesan pembangunan oleh pemerintah.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Sumber : Diolah Peneliti (2025)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif karena tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena atau kajian yang dimaksud, yaitu strategi komunikasi pemerintah dalam penyampaian pesan pembangunan melalui TVRI Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemerintah yang dilakukan oleh TVRI Lampung, meliputi bagaimana konten disebarkan, media apa yang digunakan, dan bagaimana konten tersebut memengaruhi masyarakat umum. Metode kualitatif sangat cocok untuk menganalisis perspektif, pengamatan, dan fakta yang tidak dapat dijelaskan secara rinci. cocok untuk menggali perspektif, pengalaman, dan nilai-nilai yang sulit diukur secara angka. Penelitian ini memerlukan data deskriptif, seperti hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk menghimpun informasi mengenai kegiatan, persepsi, dan motivasi pihak-pihak terkait, seperti TVRI Lampung dan penonton. Penelitian dapat menganalisis permasalahan dalam konteks yang komprehensif dan spesifik, seperti media tradisional pada masanya. Analisis strategi komunikasi pemerintah ini mengikuti elemen-elemen model Lasswell (Siapa, Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, kepada Siapa, dengan Efek Apa), yang lebih efektif diterapkan melalui wawasan mendalam yang dihasilkan oleh metode kualitatif.

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang berupaya memahami fenomena atau peristiwa dalam konteks dalam dengan menggali nilai-nilai, cara pandang, atau cara pandang individu atau kelompok. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada angka-angka dan data statistik, penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman yang lebih mendalam terhadap aspek sosial, budaya, dan psikologis dari suatu permasalahan (Nina Adlini dkk., 2022).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian ini berada di stasiun TVRI Bandar Lampung Jalan Way Hui, Sukarame, Way Huwi, Jati Agung, Kota Bandar Lampung, Lampung

3.3 Informan Penelitian

Dasar pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan secara sengaja terhadap individu-individu yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung dengan topik penelitian, yaitu strategi komunikasi pemerintah melalui TVRI Lampung. Informan dari pihak internal TVRI Lampung dipilih karena mereka berperan langsung dalam proses produksi dan penyiaran pesan pembangunan, seperti kepala stasiun, produser program, pranata humas, dan teknisi siaran. Sementara itu, pihak Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dipilih karena merupakan mitra strategis dalam pelaksanaan komunikasi publik pemerintah. Masyarakat sebagai audiens juga dijadikan informan untuk memperoleh gambaran mengenai bagaimana pesan pembangunan diterima dan dipahami oleh publik. Dengan demikian, pemilihan informan didasarkan pada relevansi posisi, peran strategis, dan kemampuan memberikan informasi mendalam sesuai dengan fokus penelitian

Berikut adalah alasan pemilihan informan dalam penelitian ini:

1. Kepala Stasiun: Sebagai pemimpin di TVRI Lampung, Kepala Stasiun memiliki pemahaman yang mendalam mengenai visi, misi, dan strategi organisasi secara keseluruhan. Hal ini memungkinkan beliau untuk memberikan perspektif manajerial tentang strategi komunikasi yang diterapkan.
2. Produser Program/Berita: Produser bertanggung jawab dalam merancang program siaran, termasuk konten berita yang mengandung pesan-pesan pembangunan. Pengetahuan mereka tentang pembuatan konten serta dampaknya terhadap audiens menjadikan mereka sebagai informan yang sangat relevan.

3. Pranata Siaran Ahli Muda: Posisi ini memiliki pemahaman mengenai aspek teknis dan operasional penyiaran, yang sangat penting untuk menilai efektivitas saluran komunikasi yang digunakan.
4. Pranata Humas (HUMAS): Bagian humas memiliki peran vital dalam membangun citra dan mempererat hubungan dengan masyarakat. Pemahaman mereka terhadap respons publik sangat berharga untuk penelitian ini.
5. Dinas Kominfo: Sebagai mitra strategis pemerintah dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan, Dinas Kominfo memiliki akses terhadap data dan kebijakan terkait komunikasi publik yang dapat mendukung penelitian ini.
6. Warga: Mereka merupakan perwakilan dari audiens yang terlibat. Umpan balik yang mereka berikan mengenai cara pesan-pesan yang disampaikan oleh TVRI diterima dan dimaknai sangatlah penting untuk pemahaman yang lebih dalam.

Tabel 2. Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Umur
1	Elly Sultrawati,SH MH	Kepala Stasiun	
2	LiviYanti Mega Ayunita,S.Sos,M.M.	Kepala bidang Berita	
3	Jonizar,S.Sos.,M.M	Kepala bidang program	
4	Neneng Rahmawati,S.A.B	Pranata hubungan Masyarakat (HUMAS)	
5	Willy saputra S,.IP	Bidang informasi publik	
6	Siti halimah	Ibu rumah tangga	52 tahun
7	Heri	Pedagang kelapa	51 tahun

No	Nama	Jabatan	Umur
8	Yuda	Mahasiswa	21 tahun
9	Rian	Mahasiswa	22 tahun

Sumber : Diolah peneliti (2025)

3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah memahami dan menganalisis bagaimana Strategi komunikasi TVRI lampung dalam menyapaikan informasi pemerintah Studi ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi tersebut beradaptasi untuk menjangkau khalayak di tengah perubahan perilaku membaca masyarakat yang semakin terfokus pada platform digital dan media sosial dalam mencari media berita. Dalam penelitian ini, Teori Model strategi Komunikasi Harold D Lasswell memperhatikan lima aspek krusial dalam proses komunikasi: siapa menjadi sumber pesan (*Who*), konten pesan yang disampaikan (*Says what*), media atau saluran yang digunakan (*In which channel*), penerima pesan (*To whom*), dan dampak dari komunikasi tersebut (*With what effect*).

Berikut adalah fokus utama yang disesuaikan dengan Teori Model Strategi Komunikasi Harold D. Lasswell:

1. Siapa (*Who*)

Mengidentifikasi pihak atau individu di TVRI Lampung yang bertindak sebagai sumber pesan dalam menyampaikan informasi pembangunan pemerintah.

2. Apa yang disampaikan (*Says What*)

Menganalisis isi atau konten pesan yang disampaikan oleh TVRI Lampung terkait pembangunan pemerintah, termasuk bagaimana pesan tersebut dirancang untuk menarik perhatian dan relevan dengan masyarakat.

3. Saluran (*In Which Channel*)

Menelaah media atau platform komunikasi yang digunakan oleh TVRI Lampung, baik saluran konvensional seperti siaran televisi maupun media digital seperti media sosial, dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan.

4. Kepada siapa (*To Whom*)

Mengkaji segmentasi audiens yang menjadi target komunikasi TVRI Lampung, termasuk pendekatan mereka dalam menjangkau khalayak dengan demografi dan preferensi yang beragam.

5. Efek (*With What Effect*)

Mengevaluasi dampak dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh TVRI Lampung dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pembangunan pemerintah serta efektivitasnya dalam mencapai tujuan komunikasi pemerintah.

3.5 jenis dan sumber data

Data yang di gunakan peneliti dibagi menjadi dua bagian: data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data Primer Data primer mengacu pada informasi yang pertama kali diperoleh peneliti tentang variabel-variabel yang diminati untuk tujuan penelitian tertentu. Sumber data primer adalah responden perorangan, kelompok fokus, jika kuisioner disebar melalui internet maka internet juga dapat menjadi sumber data primer.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data informasi yang dikumpulkan dari yang tersedia. Sumber data sekunder meliputi catatan atau dokumen perusahaan, publikasi publik, analisis industri media, situs web, internet, dll.

3.6 Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi dari responden, yang dapat dilakukan melalui berbagai cara dan sumber.

3.6.1 Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan penelitian. Tujuan wawancara kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang

pengalaman, pandangan, dan cara pandang individu mengenai fenomena yang diteliti. Tergantung pada tingkat kerangka tertentu, wawancara dapat terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur (Jailani, t.t.).

3.6.2 Metode observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan observasi langsung terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian. Observasi kualitatif dapat dilakukan dalam situasi dunia nyata atau dalam lingkungan yang dirancang khusus untuk penelitian. Melalui observasi, peneliti mempunyai kesempatan untuk mengamati interaksi sosial, perilaku, dan situasi yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti.

3.6.3 Metode dokumentasi

Dokumentasi meliputi pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti. Jenis dokumen yang digunakan dapat bermacam-macam, mulai dari catatan dan laporan, hingga surat, buku, dan dokumen resmi lainnya. Melalui studi dokumentasi, kita dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang konteks historis, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang relevan dengan fenomena yang sedang diperiksa.

3.7 Teknik Analisis data

Ada tiga cara menganalisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (*miles and huberman 1994*, t.t.). Reduksi data merupakan proses selektif yang berfokus pada penyederhanaan, penggalan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Proses ini terus berlangsung sepanjang penelitian, bahkan sebelum data dikumpulkan mulai dari kerangka teori penelitian, masalah kajian, dan metode pengumpulan data yang dipilih peneliti.

1. Reduksi data: Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang memperjelas, mengkategorikan, mengarahkan dan menghilangkan unsur-unsur yang tidak diperlukan, serta mengorganisasikan data hingga mencapai kesimpulan akhir
2. Penyajian data adalah tindakan mengumpulkan sekumpulan informasi, sehingga keputusan dapat dibuat dan ditindak lanjuti.

Cara menyajikan data kualitatif:

- a. Teks: dalam bentuk catatan
- b. Matriks, grafik, jaringan dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi dalam bentuk yang nyaman dan mudah diakses, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang terjadi, apakah keputusannya benar atau tidak, dan ada juga analisisnya.

Mencoba menarik kesimpulan adalah hal yang selalu dilakukan peneliti ketika bekerja di bidang ini. Sejak awal pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari makna sesuatu, dan mencatat pola-pola teratur (dalam istilah teoretis), penjelasan, kemungkinan konfigurasi, kalimat, dan gagasan. Keputusan-keputusan ini mudah untuk diperiksa, terbuka dan dipertanyakan, tetapi keputusannya ditunjukkan. Pada awalnya tidak begitu jelas, tapi kemudian menjadi lebih jelas dan tertanam.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Pengabsahan data merupakan langkah krusial dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa bahan kajian yang digunakan mencerminkan variabel yang ingin diteliti. Salah satu metode yang dapat diterapkan untuk menguji keabsahan data adalah teknik triangulasi (Miles, & Saldana, J. (2014), t.t.) triangulasi dapat dilakukan dalam beberapa bentuk, yaitu:

1.1 Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah bentuk triangulasi yang melibatkan penggunaan berbagai sumber data untuk menguji kredibilitas informasi. Proses ini dilakukan

dengan membandingkan hasil yang diperoleh dari berbagai referensi, seperti wawancara, observasi lapangan, atau dokumentasi.

2.1 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah bentuk triangulasi yang dilakukan dengan memeriksa kembali data yang diperoleh dari sumber yang sama, tetapi menggunakan metode yang berbeda. Contohnya, data yang diperoleh melalui observasi lapangan dapat diperkuat dengan wawancara terhadap responden yang sama. Dengan menerapkan triangulasi teknik, peneliti dapat meningkatkan keandalan dan validitas data yang digunakan dalam penelitian.

3.1 Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu adalah strategi yang digunakan untuk menguji keandalan data dengan memeriksa informasi dari sumber yang sama pada waktu yang berbeda. Pendekatan ini dapat membantu meningkatkan keandalan dan validitas data dengan mempertimbangkan perubahan yang terjadi seiring waktu atau dalam konteks yang berbeda.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa cara pemerintah berkomunikasi melalui TVRI Lampung untuk menyampaikan pesan pembangunan menghasilkan variasi yang berbeda berdasarkan lima elemen dari teori komunikasi Harold D. Lasswell, yaitu *Siapa*, *Mengatakan Apa*, *Melalui Saluran Apa*, *Kepada Siapa*, dan *Dengan Efek Apa*.

Strategi yang paling efektif terjadi pada elemen *Who* (*Siapa*) dan *Channel* (*Melalui Saluran Apa/televisi konvensional*). TVRI Lampung berhasil mempertahankan reputasi sebagai sumber informasi resmi yang mampu menjangkau masyarakat di pedesaan dan kelompok orang dewasa melalui siaran televisi. Ini menunjukkan bahwa TVRI memiliki kekuatan dalam akses audiens yang masih mengandalkan media tradisional.

Di sisi lain, strategi yang kurang berhasil terlihat pada elemen *To Whom* (*Kepada Siapa*) dan *Whit What Effect* (*efek yang diharapkan*). TVRI belum mampu menjangkau generasi muda secara efektif karena kontennya belum sejalan dengan karakter media digital dan cara komunikasi yang digemari anak muda. Selain itu, dampak dari komunikasi yang ada cenderung pasif; masyarakat menerima informasi tetapi belum menunjukkan keterlibatan aktif dalam program pembangunan.

Konten pesan (*Mengatakan Apa*) yang disampaikan cukup relevan dengan masalah pembangunan, namun cara penyampaian yang terlalu formal dan kurang visual membuatnya menjadi kurang menarik. Penggunaan media sosial oleh TVRI juga belum optimal untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi. Secara keseluruhan, strategi komunikasi TVRI Lampung masih perlu perbaikan, khususnya dalam hal digitalisasi, segmen audiens, dan komunikasi yang lebih melibatkan partisipasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, penulis memberikan beberapa saran agar strategi komunikasi pemerintah melalui TVRI Lampung dapat lebih efektif, adaptif, dan berdampak luas di tengah perkembangan media dan kebutuhan masyarakat saat ini:

1. Pertahankan kekuatan siaran TV konvensional:

TVRI Lampung sudah berhasil menjangkau masyarakat desa dan kelompok usia dewasa melalui siaran TV. Kekuatan ini harus dijaga dengan terus meningkatkan kualitas program dan menjaga kerja sama dengan instansi pemerintah.

2. Perbaiki cara penyampaian pesan pembangunan:

Gunakan bahasa yang lebih sederhana, komunikatif, dan tidak terlalu birokratis agar mudah dipahami semua kalangan, terutama generasi muda. Tambahkan elemen visual yang menarik dan gaya penyampaian yang tidak kaku.

3. Aktifkan media sosial secara konsisten:

Media sosial TVRI perlu digunakan secara serius. Buat konten pendek yang sesuai tren (seperti reels, shorts, infografis), tingkatkan frekuensi unggahan, dan tanggapi komentar atau pertanyaan dari audiens.

4. Buat konten berdasarkan kelompok sasaran (segmentasi):

Pisahkan konten untuk masyarakat umum, anak muda, atau komunitas tertentu. Gunakan gaya bahasa dan media yang sesuai untuk tiap kelompok, agar pesan lebih mudah diterima dan berdampak.

5. Bangun komunikasi dua arah dan libatkan masyarakat

Ciptakan ruang interaksi, misalnya melalui diskusi langsung, polling, atau kolaborasi dengan komunitas lokal dan kreator muda. Hal ini akan meningkatkan keterlibatan masyarakat, tidak hanya sebagai penonton tapi juga sebagai peserta aktif.

6. Lakukan evaluasi strategi secara berkala:

TVRI perlu mengukur dampak komunikasinya secara rutin, misalnya melalui survei pemirsa, analisis respons di media sosial, atau umpan

balik dari masyarakat. Ini penting untuk mengetahui apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.

Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh peran media penyiaran publik dalam konteks komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, termasuk dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara lebih spesifik efektivitas media terhadap perubahan perilaku masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Y., Dewi, L., & Fajar Wulandari, Y. (2024). Strategi Tim Kreatif Nusantara Tv Dalam Meningkatkan Eksistensi Program Kok Bisa Viral. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(3).
- Ahmad, E., & Musrifa, W. O. (T.T.). Kinerja Televisi Republik Indonesia (Tvri) Gorontalo Sebagai Media Penyiaran Publik. 21–30.
- Alfajri, G. (2024). Pentingnya Teknik Good Lobby Dalam Komunikasi Good Governance. *Governance*, 12(1), 77–89. <https://doi.org/10.33558/Governance.V12i1.8245>
- Andini Fadhila Hsb, Juwita Nur Pramita, Nur Anisah Hrp, & Sinta Nova. (2025). Peran Teknologi (Media Sosial) Terhadap Umkm Yang Dapat Meningkatkan Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 265–274. <https://doi.org/10.59024/Jumek.V3i1.536>
- Aprilia¹, I. A., Sholichah, A., & Nurchotimah², I. (2022). Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik (Vol. 13, Nomor 1).
- Armawan, I., Tinggi, S., Dakwah, I., Komunikasi, D., & Bogor, I. (T.T.-A). *Dawatuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat*. <https://doi.org/10.47476/Dawatuna.Vii2.498>
- Armawan, I., Tinggi, S., Dakwah, I., Komunikasi, D., & Bogor, I. (T.T.-B). *Dawatuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat*. <https://doi.org/10.47476/Dawatuna.Vii2.498>

Jailani, Ms. (T.T.). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah.

[Http://Ejournal.Yayasanpendidikandzurriyatulquran.Id/Index.Php/Ihsan](http://Ejournal.Yayasanpendidikandzurriyatulquran.Id/Index.Php/Ihsan)

Jurnal, T., Komunikasi, I., Humaniora, S., Zaini, M. L., Muksin, N. N., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., & Politik, I. (2024). Fungsi Humas Pemerintah Daerah Kota Serang Dalam Memperkuat Komunikasi Kebijakan Pengelolaan Sampah Di Kelurahan Cilowong Dimana Tempat Tersebut Titik Pembuangan Terakhir Yang Ada Di Wilayah Serang . Volume Sampah. 2(4).

Kurniawan, A. S. (T.T.). Analisis Strategi Komunikasi Radio Andika 105,7 Fm Kediri Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram.

Kusnato, & Yusuf, H. (2024). Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas: Analisis Terhadap Efek Media Dalam Pembentukan Opini Publik. Jicn: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara, 1(2), 1047–1061.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.). Thousand Oaks, Ca: Sage Publications. (T.T.).

Milesandhuberman1994. (T.T.).

Mubarak, A., Ip, S., & Si, M. (T.T.). Peran Ormas Dalam Menjalankan Fungsi Pemerintah Bidang Pemberdayaan.

Muchtar, M., Hermana, D., Hanifah, H. S., & Anggraeni, W. A. (2023). Peran Media Komunikasi Pemerintahan Dan Perilaku Birokrasi Dalam Pelayanan Publik (Studi Pada Kecamatan Tarogong Kaler Garut). Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik, 10(1), 179–188. <https://doi.org/10.37676/Professional.V10i1.3932>

Nestya Indih Mulyana, & Qoni'ah Nur Wijayanti. (2023). Teori Komunikasi Agenda-Setting Dalam K-Pop: Peran Media Terhadap Motivasi,

- Kepuasan, Dan Loyalitas Fans Dalam Mendukung Grup Idola. *Journal Sains Student Research*, 2(1), 201–214. <https://doi.org/10.61722/Jssr.V2i1.503>
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka* (Vol. 6, Nomor 1).
- Padang, S., Az-Zahra, K., Huwayna, A., Ramadhani, A., Syam, R., Alfarizi, M., Komunikasi Dan Penyiaran Islam, P., & Dakwah Dan Komunikasi, F. (2023a). Strategi Pr Tvri Sumut Dalam Mempromosikan Minat Menonton Kaum Millenial Dalam Menonton Siaran Tvri. Dalam *Jurnal Multilingual* (Vol. 3, Nomor 1). <https://tvri.go.id/about>
- Padang, S., Az-Zahra, K., Huwayna, A., Ramadhani, A., Syam, R., Alfarizi, M., Komunikasi Dan Penyiaran Islam, P., & Dakwah Dan Komunikasi, F. (2023b). Strategi Pr Tvri Sumut Dalam Mempromosikan Minat Menonton Kaum Millenial Dalam Menonton Siaran Tvri. Dalam *Jurnal Multilingual* (Vol. 3, Nomor 1). <https://tvri.go.id/about>
- Padang, S., Az-Zahra, K., Huwayna, A., Ramadhani, A., Syam, R., Alfarizi, M., Komunikasi Dan Penyiaran Islam, P., & Dakwah Dan Komunikasi, F. (2023c). Strategi Pr Tvri Sumut Dalam Mempromosikan Minat Menonton Kaum Millenial Dalam Menonton Siaran Tvri. Dalam *Jurnal Multilingual* (Vol. 3, Nomor 1). <https://tvri.go.id/about>
- Paralihan, H., Zuraida, L., Sebayang, K., Khairani, D. N., Zharifah, S. P., & Septika, G. (2024). Strategi Tvri Medan Dalam Meningkatkan Kualitas Siaran Di Era 4.0. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 478–486. <https://doi.org/10.47467/Elmujtama.V4i3.1601>
- Rachmaria, L. (2021). A Peran Lpp Tvri Sebagai Televisi Edukasi Melalui Program Belajar Dari Rumah Selama Pandemi Covid-19. *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 9(2), 62–71. <https://doi.org/10.33592/Dk.V9i2.1388>

- Rahmadhani, N., Syadzwina, D., Simarmata, J., Susanna Saragih, L., Ajar Baskoro, D., William Iskandar Ps, J. V, Baru, K., Percut Sei Tuan, K., & Deli Serdang, K. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nronlineshop_ Di Platform Shopee. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jekombis), 3(3), 127–137.
- Rahmanda, R., & Simamora, I. Y. (2024). Strategi Humas Tvri Sumatera Utara Dalam Pengelolaan Aplikasi Instagram Untuk Meningkatkan Citra Positif Pada Masyarakat Di Sumatera Utara. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi), 8(3), 2024. <https://doi.org/10.35870/Jti>
- Rasyad, P. A., Gading, M., Hadhani, B., Tambunan, D., Bintang, A., Harley, M., & Zulfikar, R. (2024). Diskriminasi Dalam Pembangunan Eco City Terhadap Masyarakat Pulau Rempang. Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 2(3). <https://doi.org/10.5281/Zenodo.13917404>
- S, D. W. (2024). Model Komunikasi Pemerintah Pada Masyarakat Dalam Pengembangan Objek Wisata Pulau Tae Manu Kabupaten Mamuju. 5(2), 40–54.
- Sarifah, S., Setio Utomo, A., & Tinggi Multi Media, S. (T.T.). Kreativitas Produser Dalam Program “Inspirasi Indonesia” Di Tvri Lampung. <https://jurnal.yudharta.ac.id/V2/index.php/Heritage>
- Sawir, M. (T.T.). Tinjauan Mengenai Fungsi Birokrasi Pemerintahan Di Indonesia.
- Teruri, S., Rangkuti, H. A., Satria, R., Lusa, S., & Artikel, H. (T.T.). Etnik : Jurnal Ekonomi-Teknik Strategi Transformasi Digital Lpp Tvri Informasi Artikel.
- Cintana D. (2024) Penurunan Jumlah Penonton TV Lokal: Tantangan di Era Digital, <https://data.goodstats.id/statistic/penurunan-jumlah-penonton-tv-lokal-tantangan-di-era-digital-gQPb5/> diakses pada 15 oktober 2024