

# Keberlangsungan MQ TV sebagai media lokal nonjaringan di Bandung, Indonesia

Eni Maryani<sup>1</sup>, S. Kunto Adi Wibowo<sup>2</sup>, Reksa Anggia Ratmita<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Padjadjaran

## ABSTRAK

**Penelitian** ini melakukan kajian terhadap MQ TV sebagai satu-satunya televisi lokal nonjaringan yang masih tersisa di kota Bandung. Televisi lokal lainnya seperti STV, IMTV, GarudaTV, BandungTV, PegiaTV telah beralih menjadi televisi berjaringan atau Stasiun Siaran Jaringan (SSJ). MQ TV didirikan tahun 2006 dengan Abdullah Gymnastiar sebagai pemilik atau investor pendiriannya. Pertanyaannya yang muncul adalah bagaimana MQ TV dapat bertahan sebagai media lokal nonjaringan?. Apakah pilihan sebagai TV lokal berbasis agama menjadi kekuatan bagi MQ TV? Melalui *focus group discussion* dan wawancara mendalam penelitian ini berupaya menggali dan menganalisis keberadaan MQ TV serta tantangan dan peluang yang dimilikinya sebagai media lokal nonjaringan di era digital. Hasil Penelitian menemukan bahwa MQ TV mengalami tantangan yang berat dan sempat terpuruk dengan hanya memiliki lima orang praktisi media yang terus menjaga agar MQ TV terus beroperasi. Terdapat beberapa faktor penting yang mendukung keberlangsungan MQ TV yaitu adanya investor lokal yang berkomitmen terhadap keberadaan MQ TV dan penggunaan media digital yang dapat terus memfasilitasi proses pengumpulan, pengolahan dan distribusi konten di MQ TV. Sementara itu keberlangsungan tersebut juga tidak lepas dari tantangan yang dimiliki seperti masalah keuangan, sumberdaya, dan respon khalayak yang masih terbatas. Adapun salah satu peluang yang menarik adalah penggunaan media digital oleh MQ TV dapat memberikan data terkait kunjungan khalayak pada MQ TV secara digital. Melalui data ini maka MQ TV memiliki data akurat sebagai dasar untuk menawarkan porogramnya pada pengiklan di media digital.

**Kata-kata Kunci:** Televisi; keberlangsungan media; media lokal; media jaringan, industri media

## *The sustainability of MQ Television as a non-network local media in Bandung, Indonesia*

## ABSTRACT

*This research is a study on MQ TV as the only non-network local television left in the city of Bandung. Other local televisions such as STV, IMTV, GarudaTV, and BandungTV, have switched to network television or Network Broadcasting Station (SSJ). MQ TV was founded in 2006 by Abdullah Gymnastiar as the owner or investor of the establishment. The question that arises is how can MQ TV survive as a non-network local media? Did its survival stem from the decision to build this local TV based on religion? Through focus group discussions and in-depth interviews, this research seeks to explore and analyze the establishment of MQ TV through all the challenges and opportunities it faced as a non-network local media in the digital era. The results of the study found that MQ TV experienced severe challenges and had slumped by only having five media practitioners who kept MQ TV operating. There are several important factors that support the sustainability of MQ TV, namely local investors who are committed to the existence of MQ TV and the use of digital media that enable them to continue facilitating the process of collecting, processing and distributing content on MQ TV. The decision to maintain it as a local television based on religion has yet to be proven as a significant strength for MQ TV's sustainability. Meanwhile, this sustainability must continue to overcome challenges, such as financial problems, resources, and the limited public response. One interesting advantage they have is that the use of digital media by MQ TV can provide data related to the number of digital viewers to MQ TV. Through this data, MQ TV has accurate audience data as the basis for offering their programs to advertisers in the digital media.*

**Keywords:** Television; media sustainability, local media; network media; media industry

---

**Korespondensi:** Dr. Eni Maryani, M.Si. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM. 21, Hegarmanah, Jatinangor, Sumedang 45363. Email: [eni.maryani@unpad.ac.id](mailto:eni.maryani@unpad.ac.id)

Submitted: September 2021, Accepted: October 2021, Published: October 2021

ISSN: 2548-3242 (printed), ISSN: 2549-0079 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi>

## PENDAHULUAN

MQ TV adalah satu-satunya televisi lokal nonjaringan yang masih tersisa di kota Bandung setelah televisi lokal lainnya beralih jadi televisi berjaringan atau Stasiun Siaran Jaringan (SSJ). Sebagai salah satu media lokal nonjaringan maka MQ TV menjadi salah satu presentasi lokal di dalam dominasi media jaringan tingkat nasional maupun regional. Sebagai media lokal MQ TV seharusnya dapat menjadi salah satu rujukan untuk memahami dinamika masyarakat di Jawa Barat khususnya Bandung dan sekitarnya. Posisi kota Bandung juga cukup strategis sebagai salah satu kota besar yang paling dekat dengan DKI Jakarta sebagai Ibu Kota negara Indonesia (Jabarprov.go.id, 2017).

Kota Bandung sebagai ibu kota Jawa Barat, sebuah provinsi terpadat di Pulau Jawa dan berbatasan langsung dengan Jakarta memiliki akses yang baik terhadap media televisi. Hal ini terbukti dengan terjangkaunya seluruh Kota dan Kabupaten di Jawa Barat oleh Media Publik Nasional, Media Swasta dan Media Lokal (baik jaringan dan nonjaringan). Akses tersebut telah menjangkau mayoritas desa di Jawa Barat yang berjumlah 5312 Desa. Menurut data BPS terdapat 4.850 Desa yang telah terjangkau TVRI, 52267 Desa yang terjangkau media nasional swasta dan 2649 Desa yang terjangkau televisi lokal (BPS Kabupaten Bekasi, 2018).

Keberadaan media lokal di Indonesia yang bersifat demokratis dan menerapkan sistem otonomi daerah dalam pemerintahannya amat sangat penting. Secara sosial Indonesia yang mencakup wilayah yang luas, juga memiliki keragaman budaya masyarakatnya. Kondisi tersebut membutuhkan media lokal untuk menjaga keragaman yang dimiliki dan sekaligus menjalinnnya sebagai satu kesatuan dalam identitas bangsa Indonesia yang Bhineka Tunggal Ika (Wijayanti, 2017). Selain itu dari segi bisnis penyelenggaraan penyiaran nasional melalui sistem stasiun siaran jaringan dan stasiun siaran lokal juga diharapkan dapat mengurangi dominasi pengusaha nasional yang tidak memberi ruang untuk perkembangan industri media penyiaran di tingkat lokal (Stefano, 2020).

Setelah lebih dari 20 tahun reformasi dan 18 tahun setelah UU tentang penyiaran ditetapkan, perkembangan media penyiaran lokal khususnya televisi belum menampakkan hasil yang sesuai dengan harapan yang terkandung dalam UU Penyiaran no. 32/2002 (Surokim, 2012). Undang-undang tersebut mengatur tentang ketentuan Sistem Stasiun Berjaringan (SSJ) mensyaratkan stasiun televisi yang hendak bersiaran secara nasional harus bermitra dengan televisi lokal, mengakomodasikan konsep desentralisasi ekonomi di bidang media dan pengelolaan ranah publik berbasis kepentingan

komunitas di daerah. SSJ juga memiliki esensi berupa pemenuhan hak masyarakat daerah untuk memperoleh informasi yang diinginkan sekaligus hak menggunakan frekuensi milik publik (Haryati, 2013).

Terdapat banyak kendala baik di level kebijakan dan implementasinya maupun dari kemampuan manajemen media penyiaran lokal serta dukungan *stakeholder* di tingkat lokal (Maryani et al., 2018). Di dalam kondisi tersebut sebagian praktisi media penyiaran lokal tetap optimis bahwa media lokal sangat dibutuhkan khalayak akan tetapi bagaimana media tersebut dikelola perlu terus dikembangkan. Perkembangan media digital juga tidak luput dari perhatian para praktisi media lokal (Respati, 2014) the pattern of gathering as well as distributing info. Media digital menjadi salah satu yang kemudian memberi peluang sekaligus tantangan bagi media lokal baik dari aspek teknis maupun bisnis (Waluyo, 2018).

Di wilayah Bandung televisi siaran sebagai salah satu media lokal pada dasarnya memiliki kelebihan dibanding dengan beragam media digital berbasis internet. Berdasarkan penelitian Antar Venus di Kabupaten Bandung Barat (KBB) diketahui bahwa pelaku ekonomi kreatif di KBB mengungkapkan bahwa komunikasi krisis yang telah dilakukan oleh Fekraf KBB melalui berita online dan media sosial ini belum dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku

ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat (Venus et al., 2020). Beberapa pelaku ekonomi kreatif memiliki kendala koneksi internet baik karena jaringan ataupun karena tidak memiliki kemampuan untuk membeli kuota internet, sehingga tidak dapat menerima pesan-pesan komunikasi krisis yang disampaikan oleh Fekraf KBB (Venus et al, 2020). Hal yang sama dikemukakan oleh salah seorang penonton televisi dalam wawancara bahwa menonton televisi lebih mudah dan murah karena tidak perlu punya kuota atau mendapat berbagai gangguan jaringan internet yang sering terjadi di daerahnya. Merujuk pada masalah tersebut maka isu ini menjadi salah satu bahasan penting terkait kendala teknologi dalam beragam komunikasi sosial atau pembangunan menjadi masalah dalam proses modernisasi (Prajarto, 2014). Kendala ini umumnya dialami oleh masyarakat kalangan bawah yang membuat mereka tertinggal dalam proses modernisasi yang sangat bertumpu pada kemajuan teknologi.

Menurut Zakbah (1997), media massa lokal memiliki beberapa ciri. Pertama, dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat. Kedua, isi media lokal mengacu dan menyesuaikan diri kepada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat. Ketiga, isi media sangat mementingkan berita-berita tentang berbagai peristiwa, kejadian, masalah, dan personalia atau tokoh-tokoh pelaku

setempat. Keempat, masyarakat media lokal terbatas pada masyarakat yang sewilayah dengan tempat kedudukan media mass yaitu. Kelima, masyarakat lokal umumnya kurang bervariasi dalam struktur ataupun diferensiasi sosial bila dibandingkan dengan masyarakat media massa nasional (Juditha, 2018).

Sejauh ini pembahasan kebijakan di tingkat pusat terkait media lokal termarjinalkan oleh kepentingan industri media dan politik nasional. Ditetapkannya otonomi daerah memberi ruang yang lebih luas bagi masyarakat di berbagai daerah untuk mengembangkan daerah dan masyarakatnya sesuai dengan konteks dan dinamika daerah masing-masing (Bratakusumah, 2000). Selama ini, kebijakan penyiaran lokal yang berlangsung di negara demokratis mengatur tiga komponen utama, yaitu: kepemilikan stasiun televisi oleh orang lokal, distribusi yang berbasis pada geografis, serta pemrograman dan produksi program yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat lokal (Rahayu, 2019). Komponen kepemilikan mensyaratkan kepemilikan stasiun televisi oleh orang lokal untuk menghindari monopoli (Horwitz, 2005). Dalam UU Penyiaran No. 32 pun terdapat pasal yang mengatur pembatasan kepemilikan dan penguasaan lembaga penyiaran. Aturan tersebut untuk mengantisipasi penguasaan kepemilikan dan penyiaran oleh pihak-pihak tertentu dan sekaligus memberi

ruang kepemilikan kepada masyarakat di daerah (Rahayu, 2019; Siregar, 2019).

Pada tahun 2005-2008 media lokal dan komunitas mulai bermunculan di berbagai daerah di Indonesia (Nugroho et al., 2012). Namun, muncul pertanyaan terkait kebijakan media yang terkait dengan kemampuan media lokal untuk dapat mengembangkan diri dan mempertahankan keberlangsungannya dalam situasi industri media saat ini. Media lokal seperti disebutkan sebelumnya muncul bersamaan dengan tumbanganya otoritarianisme dan dimulainya era di mana desentralisasi menjadi salah satu agenda utama. Media lokal, juga dianggap dapat menyelamatkan peran media sebagai barang publik (Nur, 2021), yang pada masa Orde Baru hanya dikuasai dan dikontrol oleh Negara serta pasar.

Namun dalam proses perkembangannya, media lokal ternyata mengalami nasib buruk (Syobah, 2013). Sulit bagi media lokal untuk terus bertahan di tengah kompetisi, terutama pada saat media-media di Jakarta terus menerus melakukan praktik konglomerasi. Penyelenggara media di Jakarta cenderung berpendapat bahwa stasiun penyiaran lokal adalah stasiun yang melakukan siaran di wilayah lokal, dan program lokal adalah program tentang tayangan lokal yang produksinya dapat dilakukan dimana saja dan oleh siapa saja (Rahayu, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh

Rahayu (2019) menunjukkan bahwa banyak program lokal di stasiun penyiaran lokal, terutama yang berjaringan, dipasok oleh stasiun induk (*mother station*) dari Jakarta dan program lokal ini pun *re-run* (diputar berulang-ulang).

Media lokal mengalami kesulitan untuk bertahan memperebutkan kue iklan, sebagai modal eksistensi mereka di tengah sentralisasi kapital yang bekerja, bila tidak dilindungi oleh berbagai kebijakan media yang menjamin persaingan antara media lokal dan nasional terjadi secara sehat (Armando, 2016; Nugroho et al., 2012). Televisi lokal sebagai salah satu media lokal dapat menjadi media yang mampu memenuhi kebutuhan berbagai informasi politik, ekonomi, dan budaya lokal yang belum tersentuh media televisi swasta nasional (Haryati, 2013). Berkaitan dengan hal tersebut, media lokal haruslah dapat memberikan program-program lokal yang sesuai dengan daerah dimana media tersebut bersiaran. Peraturan KPI No.1 Tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Peraturan KPI No. 2 Tahun 2012 tentang Standard Program Siaran (SPS) mendefinisikan program lokal sebagai program siaran dengan muatan lokal, dan dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat, program tersebut dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat (Rahayu, 2019).

Artikel yang ditulis oleh Yusuf (2011)

berjudul *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah* menunjukkan media lokal banyak yang mengalami kooptasi. Bahwa, cita-cita awal menjadikan media lokal sebagai alat yang bertujuan menciptakan masyarakat yang deliberatif, kemudian kandas, karena kepentingan politik di daerah. Padahal, media-media lokal pastinya memiliki ciri khas konten serta muatan lokal tersendiri yang dibutuhkan oleh warga setempat (Yusuf, 2011). Konteks lokal baik itu adat istiadat, sumber daya alam, maupun beragam kekayaan lokal dapat dieksplorasi menjadi suatu aset bagi sistem produksi media lokal. Akan tetapi perlu juga dimonitor jangan sampai proses eksplorasi ini mendorong proses eksploitasi nilai-nilai lokal untuk semata-mata kepentingan bisnis yang kerap kali mengabaikan masalah kearifan dan nilai-nilai lokal yang harus dilestarikan. Kedua hal itu dapat menjadi dilema dalam mengelola konteks dan kekayaan lokal yang ada.

Selain persaingan antar media untuk bertahan dari aspek ekonomi, media lokal juga berhadapan dengan perkembangan teknologi komunikasi, terutama menjamurnya berbagai bentuk media digital. Sebuah penelitian dari Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMPB) Yogyakarta mengungkapkan, bahwa media lokal, khususnya televisi lokal, masih memiliki kelemahan seperti kualitas gambar yang kurang dan program yang kurang baik

dan tidak terartur, program kurang variatif, serta kemasan acaranya kurang menarik (Haryati, 2013). Menghadapi hal ini maka media lokal yang ada semakin sulit bertahan bahkan sebagian pada akhirnya terpuruk.

Penelitian yang dilakukan Nielsen pada tahun 2011 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi media lokal di 10 kota besar di Indonesia tergolong rendah (Juditha, 2018). Situasi tersebut harus segera disikapi oleh banyak pihak karena keterpurukan media lokal berarti menghilangkan ruang yang mampu merepresentasikan isu-isu yang ada di tingkat lokal. Artinya keberadaan media lokal tidak saja hanya dilihat sebagai institusi media akan tetapi juga harus dilihat sebagai sebuah institusi di masyarakat yang dapat menyebarkan informasi yang bersifat lokal, serta juga dapat dilihat sebagai institusi yang mempertahankan atau mengembangkan nilai-nilai budaya lokal (Aldridge, 2007; Franklin, 1998).

Paparan mengenai sulitnya media lokal dalam menghadapi persaingan raksasa-raksasa media yang berpusat di ibukota negara menunjukkan pentingnya untuk melakukan penelitian keberlangsungan MQ TV sebagai media lokal nonjaringan. Studio dan kantor MQ TV terletak di kawasan Geger Kalong Girang yakni di area Pondok Pesantren Daarut Tauhiid. Media ini didirikan oleh KH Abdullah Gymnastian. MQ TV lebih menonjolkan

program-program islam dengan konsep dakwah melalui pendekatan Manajemen Qolbu (Mubarak, 2014).

Dari berbagai penelitian atau kajian yang telah dilakukan, dapat dikatakan belum ada penelitian yang membahas secara spesifik terkait, bagaimana ekosistem media lokal dapat berjalan. Hal tersebut yang membuat penelitian ini menunjukkan relevansinya dengan apa yang dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapat masukan agar dapat memahami keberlangsungan MQ TV sebagai televisi yang berstatus stasiun penyiaran lokal di Kota Bandung. Tujuan lain penelitian ini tentu saja, mengisi celah kajian dan melengkapi pengetahuan terkait media lokal dalam perkembangan industri media di Indonesia khususnya dalam upaya deliberasi politik dan ekonomi dalam konteks media lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Unit analisis penelitian dalam penelitian ini adalah MQ TV dan ekosistem media lokal di kawasan Jawa Barat khususnya di Bandung. Analisis ini mencakup para praktisi media lokal, asosiasi praktisi media lokal atau nasional, regulator media penyiaran, dan khalayak penonton

Terkait kebutuhan data maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah

wawancara mendalam, studi literatur dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada *stakeholder* yang terkait dan memahami sejarah maupun implementasi kebijakan media di Indonesia khususnya di Bandung serta di MQ TV. Beberapa orang yang diwawancara adalah praktisi media lokal di Bandung termasuk MQ TV, Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) dan Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia baik pusat (KPI) maupun daerah (KPID) serta penonton televisi di wilayah Bandung. Studi literatur dilakukan untuk melacak literatur atau dokumentasi terkait data-data dan rujukan teori serta konseptual terkait dengan media lokal, dinamika khalayak penonton televisi, industri media di nasional dan lokal. Data-data dan rujukan terdiri dari data konten MQ TV, regulasi media lokal dan televisi sebagai media penyiaran, keberlangsungan media lokal di Bandung dan dinamika industri media di Jawa Barat dan Indonesia.

Pengolahan data dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan terkait keberadaan MQ TV sebagai televisi lokal yang merupakan satu-satunya stasiun siaran lokal di Kota Bandung dan dinamika keberlangsungannya. Hasil pengumpulan data dari berbagai sumber data dikumpulkan dan disusun secara sistematis. Peneliti kemudian menyusun kategori tema-tema utama dari jawaban informan kunci dalam wawancara mendalam dan melengkapi data-

data terkait dengan hasil studi literatur atau dokumen. Masing-masing tema utama yang dihasilkan disusun dalam narasi berbasis data yang diperoleh serta didukung beragam literatur yang dirujuk untuk membahas keberlangsungan MQ TV sebagai media lokal di Jawa Barat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberlangsungan MQ TV di kota Bandung tidak akan lepas dari perkembangan industri di Jawa Barat khususnya Bandung dan sekitarnya. Melalui penelitian ini ditemukan gambaran tentang keberadaan industri televisi di wilayah Jawa Barat. Industri televisi di Jawa Barat dapat memberi konteks berbagai potensi serta peluang maupun tantangan bagi MQ TV sebagai media lokal nonjaringan di kota Bandung untuk terus bertahan.

Pemaparan pertama adalah mengenai Ekosistem Industri Televisi di Bandung. Provinsi Jawa Barat berdekatan dengan Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Sebagai ibu kota negara Jakarta berkembang menjadi Megapolitan Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi). Jabodetabek mencakup DKI Jakarta dan tiga kota di Jawa Barat yaitu Bogor, Depok dan Bekasi serta kota Tangerang yang termasuk Provinsi Banten.

Sebagai dua provinsi yang memiliki dua kota besar yaitu Jakarta dan Bandung yang terkoneksi dengan jalan tol maka perkembangan

kedua wilayah ini menjadi sangat berkaitan. Begitu pula dengan kehadiran industri televisi di dua wilayah tersebut. Terdapat 125 televisi yang siarannya mencakup wilayah DKI dan Jabar. Terdapat 64 yang dalam ijinnya terdaftar sebagai televisi siaran di wilayah Jawa Barat. Jumlah tersebut mencakup 13 Televisi Berlangganan atau Kabel TV, 4 Televisi Komunitas (Lembaga Penyiaran Komunitas atau LPK) dan 47 stasiun televisi yang tergolong Lembaga Penyiaran Swasta (LPS).

Merujuk pada kenyataan di atas dapat dimaknai bahwa terdapat potensi yang besar dari Lembaga Penyiaran Swasta yang ada di Jawa Barat. Akan tetapi persaingan merebut pemirsa juga sangat kompetitif karena tidak saja bersaing dengan stasiun televisi jaringan maupun stasiun televisi lokal (nonjaringan) yang ada di wilayah Jawa Barat akan tetapi juga dengan stasiun televisi yang ada di Jakarta. Terdapat beberapa stasiun televisi yang berijin dengan basis Provinsi DKI Jakarta tapi memiliki cakupan siaran secara nasional (melalui berbagai stasiun jaringannya), maupun televisi stasiun siaran jaringan yang siarannya selain wilayah DKI juga mencakup wilayah Bogor, Depok dan Bekasi (Jawa Barat).

Sementara itu, khalayak sendiri tidak terlalu paham tentang keberadaan media lokal baik yang memang berbasis ijin di wilayah Jawa Barat atau tidak. Bahkan dari wawancara

terhadap khalayak keberadaan televisi nasional dan media lokal maupun media lokal berjaringan juga tidak terlalu dipahami.

Merujuk pada pandangan pengamat penyiaran terkait siaran pada dasarnya memang pemberian ijin untuk media penyiaran tidak dapat didasarkan atau merujuk hanya pada wilayah administratif pemerintahan daerah akan tetapi juga pada cakupan wilayah siaran.

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa sampai tahun 2017 tercatat 47 LPS bersaing cukup ketat di wilayah siaran Bandung, Cimahi, Padalarang dan Cianjur yaitu terdapat 15 stasiun televisi. Saat ini MQ TV melalui websitenya menyatakan cakupan siarannya meliputi Bandung, Cimahi, Cianjur, Sumedang, Garut, Subang dan Tasikmalaya.

Sumedang sebagai wilayah yang memiliki Kawasan Pendidikan Jatinangor ternyata memiliki media yang cukup banyak dengan cakupan wilayah siaran Sumedang. Jika Sumedang berada di Timur Kota Bandung maka Sukabumi yang berada di ujung Barat Jawa Barat juga memiliki 5 stasiun siaran Televisi yang memiliki cakupan siaran wilayah Sukabumi. Cukup menarik melihat potensi berkembangnya Lembaga Penyiaran Swasta di kota-kota kecil di Jawa Barat.

Selain itu Jawa Barat juga dipenuhi oleh beberapa stasiun televisi yang berijin di Provinsi DKI Jakarta akan tetapi memiliki

**Tabel 1 Cakupan Siaran Stasiun Televisi Berijin di Jawa Barat (2017)**

No.	Cakupan Siaran	f	%
1	Bandung, Cimahi, Padalarang dan Cianjur	15	31,9
2	Sumedang	7	14,9
3	Sukabumi	5	10,6
4	Kuningan	4	8,5
5	Cianjur Selatan	3	6,4
6	Purwakarta	2	4,2
7	Majalengka	2	4,2
8	Cirebon, Indramayu	2	4,2
9	Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi	1	2,1
10	Bandung, Cimahi, Padalarang dan Cianjur, Garut	1	2,1
11	Bandung, Cimahi, Padalarang Cianjur Garut, Tasikmalaya, dan Ciamis	1	2,1
12	Bandung, Cimahi, Padalarang dan Cianjur, Garut dan Sukabumi	1	2,1
13	Garut, Tasikmalaya dan Ciamis	1	2,1
14	Majalengka Cirebon, Indramayu dan Garut	1	2,1
15	Pelabuhan ratu	1	2,1
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Kominfo, 2017

cakupan wilayah siarannya ke Jakarta Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (JABODETABEK). Stasiun-stasiun televisi tersebut terdiri dari O channel, Elshinta, Jak TV, B Channel, DAATV, dan TV Urang Bogor.

Merujuk pada situasi perkembangan stasiun televisi di wilayah Jawa Barat maka MQ TV memiliki cukup banyak kompetitor untuk menjangkau khalayak sarasanya. MQ TV harus berhadapan dengan beragam televisi baik yang bersifat nasional. regional maupun lokal. Terdapat televisi dengan sasaran yang sangat spesifik seperti televisi yang secara tegas menyasar kota Sumedang, Sukabumi, dan Cianjur Selatan.

Paparan kedua adalah mengenai MQ TV sebagai Stasiun Siaran Lokal di Bandung.

MQ TV didirikan tahun 2002 dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak di bidang penyiaran. MQ TV pada awalnya ada sebuah rumah produksi (*production house*) yang menjadi spesialis dalam menyediakan program televisi bertema dakwah yang dikemas dalam beragam format seperti film, animasi, baik drama, maupun no drama.

Rumah produksi ini terus berkembang sehingga kemudian tahun 2006 mengajukan ijin menjadi Televisi Lokal menjadi Manajemen Qolbu Televisi (MQ TV). MQ TV mulai mengudara pada tanggal 1 Mei 2006, dengan Abdullah Gymnastyar sebagai pemilik atau investor pendiriannya. Terus berkembang dengan menayangkan filler-filler dakwah sampai pada tahun 2008 MQ TV mengalami

masalah keuangan sehingga harus memutuskan hubungan kerja dengan karyawannya.

Menyikapi hal ini menurut hasil wawancara dengan pengelola MQ TV, saat itu Aa Gym memanggil pengelola yang hanya tersisa lima orang dan secara tegas Aa Gym menyatakan bahwa dalam situasi bagaimanapun MQ TV harus tetap dipertahankan dan tetap siaran. Visi Dakwah yang menjadi dasar dibangunnya MQ TV harus terus dijalankan. Mendapat perintah tersebut akhirnya pengelola bertekad melaksanakan apa yang sudah ditetapkan oleh Aa Gym. Mereka berusaha semaksimal mungkin termasuk menggunakan anak-anak SMK yang praktek kerja di Lembaga mereka.

Selain itu dengan keterbatasan sumber daya manusia yang ada berusaha maka pengelola MQ TV yang tersisa mengoptimalkan penggunaan beragam teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi atau media digital yang digunakan terutama untuk komunikasi diantara antara pengelola di MQ TV dengan para kontributor di berbagai daerah untuk mendapat laporan atau informasi yang dapat menjadi konten media.

Sesuai dengan karakter pendirinya yang dikenal sebagai tokoh agama yang memiliki pesantren besar bernama Daarut Tauhid maka MQ TV merupakan televisi lokal yang menjadi Media Dakwah Agama Islam. Seluruh kontennya terkait dengan konsep Manajemen Qolbu yang digaungkan oleh Kang Agym, panggilan untuk

Ustadz KH. Abdullah Gymnastiar Mubarak & Hidayat, 2014).

Terkait konten dalam program-programnya, hasil penelitian tersebut juga menemukan bahwa sejalan dengan karakter kang Agym maka juru dakwah yang tampil di MQ TV selain harus memiliki ilmu fiqh dan agama, Islam yang cukup dia juga harus menyampaikan kesejukan dalam ceramahnya. Adapun metode ceramah yang digunakan MQ TV mencakup talkshow, diskusi dan wawancara terhadap narasumber (Mubarak & Hidayat, 2014). Visi kang Agym untuk menjadikan MQ TV sebagai media dakwah Islam yang menyejukan direpresentasikan melalui konten-kontennya. Selain itu sebagai media televisi lokal yang memiliki visi untuk berdakwah maka seluruh acara MQ TV termasuk yang hiburan memiliki unsur dakwah. Sebagai contoh pada salah satu program untuk anak-anak yaitu MQids yang menayangkan lagu anak-anak memiliki tujuan untuk membiasakan anak-anak dengan lagu-lagu bernuansa Agama Islam. Hal ini diharapkan anak-anak terbiasa dengan lagu-lagu yang mengandung nilai-nilai pendidikan sekaligus juga menghibur kalbu mereka.

Di dalam sebuah wawancara Komisioner KPID Jabar mengungkapkan pandangannya berikut “..tentang MQ TV saya pikir ini juga salah satu apa namanya lembaga penyiaran yang prospeknya agak bagus karena ada

spesifikasi isi-isi siaran dan menjadi sebagai lembaga penyiaran dakwah. Tapi kemudian ada beberapa program dari MQ TV ini memberikan informasi-informasi umum. Ini sangat menguntungkan secara lokal karena umumnya informasinya bersifat lokal.

Harapan besar yang diungkapkan komisioner tersebut terhadap MQ TV beralasan karena televisi lokal lainnya di kota Bandung telah beralih menjadi televisi jaringan. Stasiun TV jaringan itu diantaranya STV, IMTV, GarudaTV, BandungTV, PegiaTV. Keputusan untuk berubah dari televisi lokal nonjaringan menjadi televisi berjaringan, umumnya karena alasan ekonomi dan regulasi penyiaran yang membiarkan hal tersebut.

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) yang pada awalnya melakukan seleksi yang cukup ketat untuk merekomendasikan kepemilikan ijin siaran untuk media lokal akhirnya tidak dapat melakukan apa-apa ketika ijin siaran tersebut berpindah tangan pada para pengusaha nasional. Sekarang STV berjaringan dengan Kompas kemudian berubah berjaringan dengan Jawa Post, IMTV berjaringan dengan iNews, Bandung TV berjaringan dengan Bali TV, dan Garuda TV berjaringan dengan OChannel.

Perubahan kepemilikan dari pengusaha media lokal ke pengusaha media nasional menimbulkan persaingan media yang tidak

sehat di berbagai daerah karena semakin didominasi oleh televisi berjaringan. Hal yang sama terjadi pada televisi lokal lainnya di kota Indonesia seperti Cianjur, Sukabumi dan Cirebon. CTV atau Cirebon TV juga hanya satu-satunya televisi lokal yang masih bertahan tidak menjadi televisi lokal jaringan.

Bertahan sebagai media lokal nonjaringan juga bukan hal mudah bagi MQ Televisi sebagai televisi lokal walau sudah memiliki basis komunitas yang jelas yaitu kelompok muslim yang menjadi kelompok mayoritas. Salah satu yang membuat MQ TV bertahan sebagai televisi lokal nonjaringan. Terkait perjalanan MQ TV sebagai media lokal nonjaringan, salah seorang praktisi media MQ TV menyatakan bahwa sangat susah sekali bagi *single station* itu untuk hidup. Sementara televisi yang berjaringan relay-nya dapat mencapai 90% dan dipasok oleh iklan-iklan nasional dari TV jaringannya. Jika hanya memproduksi 10% acara dengan konten lokal dan sisanya 90% hanya merelay dari TV nasional maka biaya produksi dipastikan lebih murah. Sementara MQ TV harus memproduksi semua acaranya sendiri.

Menurut praktisi media dari MQ TV saat ini pola siaran MQ TV itu 18,5 jam dan sebagai TV nonjaringan maka mereka harus memproduksi konten untuk siaran selama 18,5 jam tersebut. Praktisi tersebut menambahkan kalau produksi satu program dianggap 1 jam

maka 18 produksi setiap hari akan sangat berat. Sementara TV adalah televisi lokal jaringan yang bersiaran dalam waktu 24 jam hanya wajib memiliki konten lokal sebanyak 10%, berarti dalam 24 jam siaran hanya ada 2,4 jam. Waktu yang digunakan TV Nasional melalui jaringannya dalam waktu 2,5 jam hanya untuk menggugurkan kewajiban mereka. Perolehan iklan televisi lokal berjaringan juga merujuk pada iklan-iklan yang diperoleh oleh TV nasional atau jaringan mereka.

Kondisi industri media lokal yang sulit membuat MQ TV sempat sangat terpuruk dan hanya menyisakan 5 orang personel untuk mengelolanya. Walaupun begitu MQ TV banyak yang menawarkan untuk dibeli frekuensinya yaitu 60 UHF dengan jangkauan siarannya bagus. Pada saat kondisi terpuruk Abdullah Gymnastiar menegaskan bahwa MQ TV harus bertahan terus. Tuntutan tersebut membuat orang yang tersisa terus semangat. Selain mereka memanfaatkan anak-anak magang atau santri-santri untuk mempertahankan MQ TV, teknologi juga memiliki *support* untuk MQ TV terus bertahan. Merujuk pada kasus MQ TV maka terlihat bahwa keberadaan investor lokal yang memiliki kearifan lokal terakit media yang dimiliki menjadi penting terkait keberlanjutan media lokal nonjaringan. Kearifan lokal yang memiliki kesadaran bahwa keberadaan media lokal adalah tuntutan dari kebutuhan masyarakat

lokal dan tidak menjadikan media semata-mata untuk mencari keuntungan ekonomi.

Selain memiliki investor lokal yang gigih mempertahankan visi dan keberadaannya, MQ TV untuk mengembangkan dakwah. melalui televisi. sebagai media lokal nonjaringan, teknologi merupakan aspek yang sangat berpengaruh dalam perjuangan MQ TV. Salah seorang pengelolanya menyatakan bahwa dia cukup optimis terutama dengan dukungan teknologi yang ada

“Tidak ada yang tidak mungkin, semua kontributor kita se-Jawa Barat dari 27 Kabupaten maupun Kota menggunakan *Skype*. Kecepatan kita bisa lebih dari kecepatan apapun, dari *online* kita bisa lebih cepat juga. Dengan teknologi kalau dulu mungkin harus menggunakan SNG ke daerah yang *cost* produksinya besar kali ini tidak. Kalau ini masih tetap bertahan, saya pikir ke depan lebih prospektif. Karena mereka sudah menggunakan teknologi, tinggal bagaimana *nge-reach* orang ini setiap daerah bisa kecepatannya lebih cepat”.

Melalui *Skype* maka koordinasi dengan kontributor di 27 kabupaten/kota di Jawa Barat dapat tetap dilakukan dengan biaya yang minimal. Untuk terus hadir bagi khalayaknya MQ TV juga sudah memanfaatkan media sosial diantaranya *YuoTube*. Penggunaan berbagai media digital memungkinkan kontributor mencari atau mengirimkan informasi secara cepat sehingga pengelola menganggap MQ TV dapat terus bertahan dan juga bersaing

dengan TV lokal berjaringan dengan berbagai kekuatannya.

## SIMPULAN

Merujuk pada pengalaman MQ TV maka keberlangsungan stasiun TV lokal nonjaringan menghadapi situasi persaingan yang cukup berat dalam perkembangan industri media di Jawa Barat terkait dengan beberapa faktor penting.

*Pertama*, faktor keberadaan pemilik media yang memiliki visi dan misi sangat kuat untuk mempertahankan keberadaan medianya walau secara ekonomi belum memberikan keuntungan. Visi itu kemudian harus dapat terinternalisasi pada para pengelola medianya sehingga mereka memiliki semangat dan mampu mempertahankan kelangsungan MQ TV.

*Kedua*, pilihan konten yang spesifik oleh MQ TV sebagai media bertujuan juga sebagai media dakwah harus terus berkembang sesuai dengan kebutuhan khalayaknya. Kemampuan beradaptasi tersebut menjadi penentu MQ TV untuk dapat mempertahankan khalayak yang sudah ada dan menjangkau khalayak baru. Apabila mereka mampu terus mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif maka peluang untuk mengembangkan medianya untuk tidak sekedar bertahan tapi berkembang bukan sesuatu yang tidak mungkin terjadi. Upaya tersebut

terus diupayakan MQ TV sampai saat ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertahannya MGTV melewati masa paling krisis dalam perkembangannya walau sempat hanya dikelola oleh lima personil dan dibantu sejumlah anak magang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

*Ketiga*, terkait dengan keterbatasan SDM maka penggunaan media digital memberi peluang sehingga MQ TV sebagai media lokal nonjaringan dapat terus bertahan di masa yang sulit. Hal ini terutama terkait dengan keterbatasan dana dan SDM. Terdapat beberapa proses produksi dan distribusi yang menggunakan media digital sehingga dapat dilakukan secara efisien baik dari aspek waktu maupun pendanaan. Oleh karena itu melalui manajemen media digital yang lebih baik maka MQ TV sebagai media lokal nonjaringan akan terus dapat dikembangkan. MQ TV memiliki peluang untuk mempertahankan dan memperluas khalayaknya terutama dengan meningkatkan pola konsumsi media khalayak yang berbasis media digital.

Saran dari penelitian ini adalah hendaknya media-media lokal nonjaringan berpikir kreatif untuk membuat program. Selain itu, keterbatasan sumber daya alam dapat diatasi dengan simbiosis mutualisme program magang atau praktik kerja. Siswa SMA atau mahasiswa dapat belajar di dunia reel dan stasiun TV mendapatkan tenaga-tenaga terampil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldridge, M. (2007). *Understanding the local media*. Open University Press.
- Armando, A. (2016). *Televisi Indonesia - di bawah kapitalisme global*. Kompas Media Nusantara.
- Bratakusumah, D. S. (2000). *Penyelenggaraan kewenangan dalam konteks otonomi daerah*. 20, 1–7.
- Dikti, M. (2018). Statistik pendidikan tinggi Indonesia 2018. In *Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi*.
- Franklin, B. (Ed.). (1998). *Local journalism and local media*. Routledge.
- Haryati. (2013). Televisi Lokal Dalam Representasi Identitas Budaya. *Observasi*.
- Horwitz, R. B. (2005). On media concentration and the diversity question. *The Information Society*, 21(3), 181–204.
- Jabarprov.go.id. (2017). *Selayang pandang kota Bandung*. <https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1060>
- Juditha, C. (2018). Televisi lokal dan konten kearifan lokal (studi kasus di Sindo TV Kendari). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v16i1.1337>
- Kominfo. (2017). *Cakupan penyiaran stasiun berijin di Jawa Barat (2017)*. Informasi.
- Maryani, E., Karlinah, S., & Rahmawan, D. (2018). The sustainability of local media within the domination of national media industry. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187314010>
- Mubarok, Y. & D. H. (2014). Analisis deskriptif program MQ TV sebagai media dakwah. *Jurnal, Universitas BSI*, 1(2).
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Memetakan lansekap industri media kontemporer di Indonesia*. Centre for Innovation Policy and Governance.
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online the role of mass media in facing online media attacks. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2, 51–64.
- Nur Wijayanti, S. (2017). Hubungan antara pusat dan daerah dalam negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014. *Jurnal Media Hukum*, 23(2), 186–199. <https://doi.org/10.18196/jmh.2016.0079.186-199>
- Rahayu, Wahyono B.; Rianto, P.; Kurnia, N.; Wendratama, E. . S. A. (2015). *Menegakan kedaulatan telekomunikasi & penyiaran di Indonesia*. Kerjasama antar PR2MEDIA dengan Yayasan Tifa Indonesia.
- Rahayu. (2019). Ambiguitas, inkonsistensi, dan pengabaian kepentingan lokal dalam kebijakan penyiaran televisi di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 1–22. <https://doi.org/10.2885/komunikasi.vol14.iss1.art1>
- Respati, W. (2014). Transformasi media massa menuju era masyarakat informasi di Indonesia. *Humaniora*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.2979>
- Stefano, H. (2020). *Manfaat dan tantangan siaran TV Digital*. <https://kominfo.go.id/content/detail/31790/manfaat-dan-tantangan-siaran-tv-digital/0/tvdigital22>
- Surokim. (2012). *Ekonomi politik media penyiaran lokal*. 6.
- Syobah, N. (2013). Konstruksi media massa. *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 1(2, Desember), 153–168.
- Venus, A., Octavianti, M., El Karimah, K., & Suprpto Arifin, H. (2020). Komunikasi krisis forum ekonomi kreatif kabupaten Bandung Barat menghadapi pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*.

- Waluyo, D. (2018). Makna jurnalisme dalam era digital: suatu peluang dan transformasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 33–42. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.17>
- Yusuf, I. A. (2011). Media lokal dalam konstelasi komunikasi politik di daerah. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(3).
- Zakbah. (1997). *Peranan media massa lokal bagi pembinaan dan pengembangan budaya daerah Riau*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.