

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini banyak media yang dapat digunakan sebagai wadah penyampaian pesan (komunikasi). Salah satu media komunikasi yang saat ini sangat digandrungi masyarakat ialah televisi. Media televisi menempati posisi tertinggi karena memiliki banyak kelebihan,¹ diantaranya: 1) Kuat memberi pengaruh karena faktor gambar, suara dan gerakan; 2) Khalayak yang luas; serta 3) Tidak membutuhkan kemampuan membaca dari khalayak.

UIN SUSKA Riau sebagai Universitas yang memiliki visi “*World Class University*” sudah selayaknya memiliki TV kampus yang dapat dijadikan sebagai bukti dari keseriusan dan eksistensi UIN SUSKA Riau untuk mewujudkan visi tersebut. Suska TV merupakan media komunikasi kampus yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA Riau. Suska TV hadir sebagai media pembelajaran untuk mahasiswa Komunikasi khususnya konsentrasi *Broadcasting*, juga dapat dijadikan wadah untuk menyalurkan potensi bakat yang dimiliki oleh mahasiswa sebelum mereka terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya.

Saat ini Suska TV sudah menunjukkan eksistensinya dengan menggunakan instagram sebagai media promosi Suska TV untuk mewujudkan TV Kampus. Selain digunakan sebagai media promosi, instagram juga digunakan sebagai media penyebarluasan informasi ter-update mengenai lingkungan kampus UIN SUSKA Riau. Diantaranya menginformasikan mengenai open recruitmen untuk menjadi kru Suska TV.

Dalam mengkomunikasikan pesan-pesan dari Suska TV tentunya diperlukan perencanaan komunikasi yang matang, sehingga pesan yang disampaikan tepat sasaran dan dimengerti oleh khalayak. Membahas mengenai perencanaan komunikasi, maka ada dua konsep dasar yang berbeda dan memerlukan pembahasan lebih lanjut. Kedua konsep ini yakni “perencanaan” dan “komunikasi”. Perencanaan akan lebih banyak didekati dari aspek manajemen,

¹Nina Yuliana, *Media Relations*. (Yogyakarta: Graha ilmu, 2014), 54.

sedangkan konsep komunikasi akan dilihat sebagai suatu proses penyebaran atau pertukaran informasi. Meskipun kedua konsep ini menunjukkan perbedaan terutama dari dua kajian berbeda, namun kedua konsep ini dapat diintegrasikan menjadi satu kajian khusus dalam studi komunikasi yang akhir-akhir ini semakin banyak diaplikasikan dalam bidang penyebarluasan informasi, penyadaran masyarakat, dan pemasaran.²

Sejauh ini Suska TV telah menyiarkan beberapa program,³ yakni: 1) Suska News; 2) Bincang-bincang Suska; 3) *Young Inspirations*; 4) *Technews*; 5) Cahaya Hati; dan 6) Syafa'at. Program Suska News ditayangkan tiga kali dalam seminggu pada hari Selasa, Kamis dan Sabtu. Untuk program Cahaya Hati tayang setiap hari Senin sampai Rabu dengan durasi 20-30 menit setiap episodenya. Sedangkan program lainnya baru diproduksi episode pertama, jadi belum bisa dipastikan jadwal penayangannya.

Demi keberlangsungan program-program yang diproduksi Suska TV, tentu Suska TV perlu berkoordinasi dengan fakultas-fakultas yang ada di UIN SUSKA Riau untuk mendapatkan informasi yang akan diliput oleh kru Suska TV. Untuk melakukan koordinasi dengan fakultas selain fakultas Dakwah dan Komunikasi, Khairul selaku Ketua Kru Suska TV⁴ menjelaskan:

”Suska TV membentuk biro *Correspondent*. Koresponden ini merupakan mitra informasi Suska TV, karena kru Suska TV masih terbatas untuk menjangkau informasi yang ada di setiap fakultas di UIN SUSKA Riau. Koresponden Suska TV ini haruslah mahasiswa yang selalu *update* terhadap informasi yang layak untuk diliput oleh Suska TV. Dengan kata lain perpanjangan tangan dari redaksi Suska TV.”

Dengan eksistensi Suska TV saat ini, selaku *stakeholder* Rektor pun menanggapi keberadaan Suska TV yang saat ini berada dalam koordinasi Edison,⁵ beliau menjelaskan:

“Sejauh ini Rektor sangat mengapresiasi keberadaan Suska TV. Hal ini dibuktikan dengan memfasilitasi peralatan-peralatan yang dibutuhkan

²Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 21.

³Dokumentasi Suska TV.

⁴Wawancara Pra Riset dengan Khairul Anwar Ketua Kru Suska TV pada tanggal 25 September 2017 Pukul 09.13 Wib di Pekanbaru.

⁵Wawancara Pra Riset dengan Edison, M. Ikom Pimpinan Suska TV pada tanggal 25 September 2017 Pukul 12.55 Wib di Pekanbaru.

Suska TV. Baru-baru ini Rektor memfasilitasi Suska TV dengan berdirinya pemancar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dan itu membutuhkan dana yang tidak sedikit.”

Berdasarkan fenomena ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Perencanaan Komunikasi Suska TV Mewujudkan TV Kampus Melalui Instagram @suskatv”**.

B. Alasan Pemilihan Judul

Dalam penelitian ini, penulis memiliki alasan meneliti permasalahan yang dikaji, alasan tersebut antara lain:

1. Penulis melihat Saat ini Suska TV sudah menunjukkan eksistensinya dengan menggunakan instagram sebagai media promosi Suska TV untuk mewujudkan TV Kampus.
2. Penulis tertarik untuk mengetahui perencanaan komunikasi Suska TV mewujudkan TV kampus melalui *instagram @suskatv*.
3. Judul yang diangkat dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang studi yang penulis jalani di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA Riau pada jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations*.

C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari agar tidak terjadinya kesalahpahaman istilah yang berkaitan dengan penelitian ini, maka berikut ini dijelaskan pengertian beberapa istilah, yaitu:

1. Perencanaan Komunikasi

Menurut Mehal,⁶ perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian hubungan tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan pada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama

⁶Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 45.

hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (mengevaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.

2. SUSKA TV

Suska TV merupakan TV Komunitas Kampus yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA Riau.⁷

3. TV Kampus

TV kampus⁸ merupakan salah satu media elektronik yang memanfaatkan teknologi *vidios streaming* dan *audio broadcasting* yang dapat menampung seluruh informasi tentang dunia kampus dan fasilitasnya dalam format *text*, *audio*, dan *video*. TV kampus dapat juga dijadikan sebagai wahana berbagi ide dan informasi antar *user* dan media pengembangan minat dan bakat mahasiswa di bidang *broadcasting* dan jurnalistik.

4. Instagram

*Instagram*⁹ adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana Perencanaan Komunikasi Suska TV mewujudkan TV Kampus Melalui *Instagram @suskatv*?"

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Suska TV mewujudkan TV Kampus Melalui *Instagram @suskatv*.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁷Dokumen Suska TV

⁸<https://ashadisiregar.files.wordpress.com/2008/08/strategi-pengelolaan-tv-kampus.pdf>.

Diakses pada Senin 08 Agustus 2017 Pukul 13.42 Wib di Pekanbaru.

⁹<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada Jum'at, 28 April 2017 Pukul 10.11 Wib di Pekanbaru.

a. Secara Teoritis (Keilmuan)

Dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pihak-pihak yang berkompeten dalam menambah wawasan. Juga diharapkan mampu memberikan sumbangsih positif kepada Suska TV.

b. Secara Praktis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam menelaah serta memahami penelitian, maka penulis menyusun laporan penelitian ini dalam enam bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah, visi dan misi dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU