

PERAN LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL (LPPL) TARAKAN TV SEBAGAI AGEN SOSIALISASI K3 (KETERTIBAN, KEBERSIHAN, DAN KEINDAHAN) KOTA KEPADA MASYARAKAT DI KOTA TARAKAN

Ismail¹

Abstrak

Ismail, 1202055009, 2016. Peran Lemabaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV sebagai Agen Sosialisasi K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan) Kota, Kepada masyarakat di Kota Tarakan, Skripsi, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 2016, dibawah bimbingan Dra. Lisbet Situmorang M.Si dan Nurliah, S.Sos, M.I.Kom.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran Lemabaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV sebagai Agen Sosialisasi K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan) kota, Kepada masyarakat di Kota Tarakan.

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data yang disajikan melalui observasi dan wawancara menggunakan data primer yaitu Key informant Kabag Umum dan SDM Tarakan TV dan Informant Bagian Produksi Tarakan TV dan Kepala DKPP Kota Tarakan, data sekunder melalui sumber data dokumen Tarakan TV. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV sebagai Agen Sosialisasi K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan) Kota, kepada masyarakat di Kota Tarakan yaitu berperan sebagai media massa yang bersifat memberikan informasi, memberikan edukasi dan juga media masaa yang bersifat memengaruhi. Untuk memberikan informasi kepada masyarakat kota Tarakan dilakukan dengan cara menayangkan 13 berita melalui program berita seperti Lintas Pagi, Lintas Siang, Lintas Kaltara dan juga Lintas Malam, sementara untuk memberikan edukasi mengenai K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan) kota dilakukan melalui 5 (lima) tayangan Iklan Layanan Masyarakat dan untuk memengaruhi khalayak dilakukan dengan menayangkan 4 (empat) Iklan Layanan Masyarakat.

Kata Kunci: *Peran, K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan), Agen Sosialisasi*

PENDAHULUAN

Kota Tarakan merupakan sebuah pulau kecil yang terletak di wilayah Kalimantan Utara. Kota Pulau yang dikenal sebagai bumi panguntaka ini

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: maielhaidinsyah@gmail.com

memiliki luas wilayah 250,80km dan jumlah penduduk 239.787 jiwa. Kota Tarakan sendiri menjadi salah satu kota yang merasakan dampak positif dari adanya kebijakan Otonomi daerah, dimana pemerintah Kota memiliki wewenang dalam mengatur urusan wilayah sesuai dengan perundang-undangan. Salah satu bentuk wewenang yang telah dilakukan pemerintah kota Tarakan yaitu melahirkan beberapa peraturan daerah, diantaranya yaitu perda No.13 tahun 2002 tentang ketertiban, kebersihan dan keindahan kota. Perda ini lahir atas pertimbangan bahwa ketertiban, kebersihan dan keindahan kota Tarakan perlu dijaga dan ditingkatkan kualitasnya, dan pemeliharannya pada hakekatnya bukan hanya tugas dan kewajiban pemerintah kota saja, akan tetapi juga tugas dan kewajiban dari seluruh masyarakat.

Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak dan luasnya wilayah maka bukan perkara mudah bagi pemerintah Kota Tarakan untuk mensosialisasikan Perda tersebut, hal itu bisa dilihat sejak diberlakukannya Perda tersebut pada tahun 2002 hingga tahun 2014 berdasarkan data yang bersumber dari Satpol PP kota Tarakan masih terdapat masyarakat yang kurang menyadari akan pentingnya menjaga ketertiban, kebersihan dan keindahan kota yaitu sebanyak 62 orang pelanggar dan kemudian jumlah tersebut meningkat di tahun 2015 menjadi 301 pelanggar. Untuk itu, diperlukan suatu media yang dapat berperan sebagai agen sosialisasi yang kiranya dapat membantu pemerintah kota Tarakan dalam memaksimalkan proses sosialisasi perda tersebut dan juga sebagai penghubung antar pemerintah dengan masyarakat. Salah satu media yang dianggap paling strategis yaitu media televisi.

Kota Tarakan saat ini telah memiliki televisi publik, hal itu tertuang dalam peraturan daerah kota tarakan No.3/2009 tentang pendirian lembaga penyiaran publik lokal Tarakan Televisi Media Mandiri yang selanjutnya disebut Tarakan TV. Tarakan TV disiarkan melalui gedung gadis lantai 6 Jl.Jendral Sudirman No.76 Tarakan dan mulai mengudara pada pukul 06.00 – 23.00 WITA, Tarakan TV memiliki berberapa konten diantaranya yaitu Berita, Hiburan dan Iklan. Diantara program-program tersebut Tarakan TV menyiarkan K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota melalui program acara mereka yaitu melalui program acara berita Lintas Pagi, Lintas Siang, Lintas Kaltara dan juga Lintas Malam serta melalui Program iklan layanan masyarakat yang ditayangkan mulai tahun 2007 hingga produksi terbaru tahun 2015, adapun frekuensi tayang dari iklan tersebut yaitu 4 sampai 5 kali setiap sesi pagi, siang ataupun malam dan paling banyak ditayangkan sebagai selingan pada saat program acara berita.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Tarakan TV sebagai Agen Sosialisasi K3 (Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan) Kota Tarakan kepada masyarakat di Kota Tarakan?

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Tarakan TV Sebagai Agen Sosialisasi K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan) Kota kepada masyarakat di Kota Tarakan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Segi teoritis: Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada wacana ilmu dalam bidang komunikasi khususnya kajian komunikasi massa.
2. Segi praktis: Secara praktis di harapkan penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat ataupun lembaga terkait dalam bidang penegetahuan tentang Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Tarakan TV.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori dan Konsep

Teori Difusi Inovasi

Everest M. Rogers dalam (Elvinaro, 2009:64) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu system sosial.

Komunikasi Massa

Bittner (Rakhmat, 2003:188) mengemukakan bahwa Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa dalam jumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi disampaikan khalayak yang banyak tetapi tidak menggunakan media massa maka itu tidak bisa dikatakan sebagai komunikasi massa.

Peran Media Massa Dalam Pembangunan

Peranan media massa dalam pembangunan nasional adalah sebagai agen pembaru (*agent of social change*). Letak peranannya adalah dalam hal membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat modern. Khususnya peralihan dari kebiasaan-kebiasaan yang menghambat pembangunan kea rah sikap baru yang tanggap terhadap pembaharuan demi pembangunan.

Peran

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran (Soekanto 2002:24).

Media Massa

Media massa menurut Cangara (2003:134) adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan juga televisi.

Fungsi media massa secara umum menurut Effendy (1993) dalam (Elvinaro, 2009:18) adalah:

1. Fungsi Informasi

Fungsi dari informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Salah satu cara mendidik yang dilakukan oleh media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku bagi pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang diayangkan oleh televisi ataupun surat kabar.

Media Massa Televisi

Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Media televisi sampai saat ini masih diasumsikan sebagai alat informasi yang cukup ampuh dalam mengubah sikap dan perilaku pemirsa, karena efek suara dan gambarnya secara nyata dapat disaksikan pemirsa di rumah.

Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL)

Lembaga penyiaran publik lokal yang selanjutnya disebut LPP Lokal adalah lembaga penyiaran publik lokal yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh pemerintah daerah, menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio atau penyiaran televisi, bersifat independen, netral, tidak komersil dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat yang siarannya berjaringan dengan Radio Republik Indonesia (RRI) untuk radio dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) untuk televisi.

Sosialisasi

Nasution (2004:126) sosialisasi adalah proses membimbing individu untuk berinteraksi kedalam dunia sosial. Dalam hal ini sosialisasi mengajarkan masyarakat untuk mengenal lingkungan sekitarnya.

Peraturan Daerah K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan)

Ketertiban, kebersihan dan keindahan kota merupakan salah satu kebijakan atau peraturan daerah yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Tarakan. Peraturan daerah tersebut tertuang dalam PERDA Nomor 13 Tahun 2002.

Definisi Konseptual

Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV sebagai Agen Sosialisasi K3 (Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota) adalah aspek dinamika dari Tarakan TV yang merupakan satu-satunya media elektronik televisi lokal yang ada di Kota Tarakan dan menjadi salah satu pusat informasi bagi masyarakat, dalam melaksanakan hak dan kewajibannya untuk menyampaikan suatu informasi dan pengetahuan serta bersifat memengaruhi secara sadar dan terencana dan sesuai dengan kedudukannya sebagai agen sosialisasi tentang ketertiban, keindahan dan kebersihan kota kepada masyarakat di kota Tarakan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif Deskriptif. Menurut Moleong (2007:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Fokus Penelitian

Karena terlalu luasnya masalah, maka peneliti perlu membuat batasan masalah yang menjadi fokus pada penelitian ini, itu dimaksudkan agar memudahkan peneliti dalam mengelola data yang akan dijadikan suatu kesimpulan. Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka penelitian ini difokuskan Pada:

1. Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV Dalam Mensosialisasikan K3 (Ketertiban Keindahan Dan Kebersihan) Kota Tarakan Kepada Masyarakat di Kota Tarakan, yaitu:
 - a. Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV dalam memberikan informasi tentang Ketertiban, Keindahan dan Kebersihan Kota.
 - b. Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV dalam memberikan edukasi tentang Ketertiban, Keindahan dan Kebersihan Kota.
 - c. Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV Dalam Memberikan Informasi Yang Bersifat Memengaruhi Tentang Ketertiban, Keindahan Dan Kebersihan Kota.

Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Studio dan kantor pemasaran Tarakan TV yang terletak di Gedung Gadis 1 lantai 6, tepatnya di Jl. Jendral Sudirman N0.76 Tarakan, Kalimantan Utara.

Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini pencarian narasumber dilakukan melalui teknik *purposive sampling*. Orang yang menjadi *key informan* dalam penelitian ini yaitu Kabag. Umum dan SDM Tarakan TV. Sedangkan untuk *informan* adalah Kepala DKPP kota Tarakan dan Pegawai Tarakan TV yang tugasnya berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum dikelompokkan kedalam dua jenis cara, yaitu teknik yang bersifat interaktif meliputi interview dan observasi berperanserta, sedangkan dengan metode non-interaktif meliputi observasi tak berperan serta, teknik kuesioner, mencatat dokumen, dan partisipasi tidak berperan (Sutopo, 2006:9). Untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian maka yang dijadikan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- Teknik Wawancara
Wawancara merupakan alat *reccheing* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam.
- Teknik observasi
Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis, mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psiskis untuk kemudian dilakukan pencatatan.
- Teknik Dokumentasi
Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Teknik Anaisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data Kualitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan metode analisis data kualitatif interaktif dari Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2010:247) yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian datas dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama

peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

PEMBAHASAN

Memberikan Informasi Tentang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota.

Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak yaitu sekitar 239.787 jiwa dan luasnya wilayah maka bukan perkara mudah bagi pemerintah kota Tarakan untuk dapat menginformasikan kehadiran Perda tersebut, melihat hal tersebut maka diperlukan suatu media sebagai agen sosialisasi yang kiranya dapat membantu pemerintah kota Tarakan dalam mensosialisasikannya dan salah satu media yang dianggap paling strategis yaitu media televisi karena televisi merupakan salah satu media informasi yang bersifat massa sehingga pesan yang hendak disampaikan dapat diterima secara serentak dan sesaat. Disitulah peran dari Tarakan TV sangat dibutuhkan guna menyampaikan informasi tersebut kepada masyarakat kota Tarakan. Seperti yang dikatakan McQuail (2000:4) saat ini media massa memegang peranan yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat, terutama di era informasi seperti sekarang ini. Hadirnya beragam jenis media massa, mulai dari media cetak seperti koran, majalah dan tabloid, dan media siar seperti televisi, radio, dan internet merupakan gejala dari perkembangan yang pesat.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dilapangan, Tarakan TV sudah berperan sebagai media informasi dengan melalui 13 siaran berita mengenai K3 (ketertiban,kebersihan dan keindahan) kota yang mereka sajikan kepada masyarakat kota Tarakan melauai program acara Litas Pagi, Lintas Siang, Lintas Kaltara dan juga Lintas Malam. seperti yang dikatakan Burhan Bungin (2007:65) media massa sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat luas.

Dalam Memberikan Edukasi Tentang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota.

Media massa sebagai agen atau media yang memberikan pendidikan kepada masyarakat, sehingga keberadaan media massa tersebut menjadi bermanfaat karena berperan sebagai pendidik masyarakat. Maka dari itu, lewat acara-acaranya, media massa diharapkan memberikan pendidikan kepada masyarakat. Dalam memberikan informasi yang mendidik tersebut seperti nilai-nilai yang harus dianut masyarakat, tidak diungkapkan secara langsung, tetapi divisualisasikan dengan contoh-contoh seperti misalnya dalam penelitian ini yaitu bagaimana cara menjaga ketertiban, kebersihan dan keindahan kota kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh dilapangan Tarakan TV telah menjalankan tugasnya sebagai media massa yang memberikan edukasi mengenai K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota dengan cara menayangkan tayangan iklan layanan masyarakat tentang K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota dimana dalam iklan tersebut melibatkan beberapa talent yang memerankan beberapa adegan tentang tata cara menciptakan lingkungan yang tertib, bersih dan juga indah. Iklan layanan masyarakat tersebut ditayangkan sebanyak puluhan kali dalam satu hari dan memerlukan waktu seminggu untuk Tarakan TV memproduksi iklan tersebut.

Memberikan Informasi Yang Bersifat Memengaruhi Tentang Ketertiban, Kebersihan Dan Keindahan Kota.

Fungsi mempengaruhi media massa ini yaitu dengan memberikan pengaruh kepada masyarakat luas lewat acara yang disajikannya, sehingga dengan adanya media massa diharapkan masyarakat dapat terpengaruh oleh acara-acara yang disajikan oleh media massa tersebut.

Peran Tarakan TV sebagai media massa yang bersifat mempengaruhi yaitu dengan cara menyajikan tayangan-tayangan yang sifatnya dapat mempengaruhi pemirsa, dalam penelitian ini yaitu dapat mempengaruhi masyarakat untuk ikut serta dalam melaksanakan program pemerintah kota Tarakan yaitu mewujudkan Kota Tarakan yang tertib, indah dan juga bersih.

Berdasarkan hasil yang peneliti peroleh dilapangan, Tarakan TV telah menjalankan perannya sebagai media massa yang bersifat mempengaruhi yaitu dengan menayangkan beberapa iklan layanan masyarakat tentang K3 (ketertiban, keindahan dan kebersihan) kota yang kesemuanya bertujuan untuk memengaruhi serta mengajak masyarakat agar dapat mentaati serta menjaga ketertiban, kebersihan dan keindahan kota Tarakan.

Iklan merupakan sebuah media komunikasi yang bersifat persuasif. Hal tersebut disebabkan oleh para pembuat iklan yang mencoba untuk menarik perhatian para penonton. Iklan yang baik adalah iklan yang singkat, jelas, mudah dipahami serta mengandung pengulangan kata (Widhi, 2009). Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang memiliki objek berupa sebuah program yang terkait pada kegiatan manusia baik dari pemerintah maupun swasta.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV sebagai agen sosialisas K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota kepada masyarakat dikota Tarakan yaitu sebagai media yang memberikan infromasi, edukasi dan infromasi yang bersifat memengaruhi tentang K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota kepada masyarakat di Kota Tarakan, yang dilakukan dengan cara menayangkan tayangan tentang K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota melalui program-program acara, sebagai berikut:

1. Memberikan Informasi Tentang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota.
Berdasarkan hasil penelitian dan data yang peneliti peroleh dilapangan, dapat peneliti simpulkan bahwa Tarakan TV dalam menjalankan perannya sebagai media informasi yaitu dengan menayangkan 13 berita mengenai K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota kepada masyarakat di kota Tarakan melalui program acara berita Lintas Pagi, Lintas Siang, Lintas Kaltara dan juga Lintas Malam.
2. Memberikan Edukasi Tentang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota.
Berdasarkan hasil penelitian dan data yang peneliti peroleh dilapangan, dapat peneliti simpulkan bahwa Tarakan TV dalam menjalankan perannya sebagai media massa yang memberikan edukasi mengenai K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota yaitu dengan cara menayangkan visualisasi dalam bentuk 5 (lima) tayangan iklan layanan masyarakat tentang K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota, dimana dalam iklan tersebut melibatkan beberapa talent yang memerankan beberapa adegan tentang tata cara menciptakan dan menjaga lingkungan yang tertib, bersih dan juga indah. Dalam memproduksi iklan layanan masyarakat tersebut Tarakan TV memerlukan waktu satu minggu hingga satu bulan untuk memproduksi iklan tersebut.
3. Memberikan Informasi yang Bersifat Memengaruhi Tentang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota.
Berdasarkan hasil penelitian dan data yang peneliti peroleh dilapangan, dapat peneliti simpulkan bahwa Tarakan TV dalam menjalankan perannya sebagai media massa yang bersifat memengaruhi yaitu dengan menayangkan 4 (empat) iklan layanan masyarakat tentang K3 (ketertiban, keindahan dan kebersihan) kota yang kesemuanya bertujuan untuk memengaruhi serta mengajak masyarakat agar dapat mentaati serta menjaga ketertiban, kebersihan dan keindahan kota Tarakan. Iklan layanan masyarakat tersebut ditayangkan sebanyak puluhan kali dalam satu hari terutama pada saat penayangan program acara berita.

Hal ini juga didukung oleh Kepala Dinas Kebersihan, Pertamanan dan Pemakaman Kota Tarakan Bapak Drs. Aleksandra HM, M.Si lewat pernyataan yang disampaikan dalam proses wawancara pada tanggal 16 Februari 2016 bahwa, Tarakan TV sangat berhasil menjalankan perannya dalam

mensosialisasikan K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota, karena berita sekecil apapun yang ditayangkan oleh Tarakan itu sangat berpengaruh dan maka dari itu, kami masuk dan mau bekerja sama dengan Tarakan TV.

Saran

Setelah menjalankan berbagai macam penelitian, dengan rendah hati penulis merasa perlu untuk memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat kepada semua pihak. Dan berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran-saran yang hendak peneliti kemukakan yaitu:

1. Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Bapak Fatra bagian produksi Tarakan TV dalam proses wawancara pada 26 Januari 2016 bahwa dalam mensosialisasikan K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota, Tarakan TV hanya menayangkan dalam bentuk berita dan iklan layanan masyarakat saja, maka dari itu, sebaiknya Peran Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan TV dalam mensosialisasikan K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota kepada masyarakat di Kota Tarakan perlu ditingkatkan dengan membuat program-program khusus mengenai K3 (ketertiban, kebersihan dan keindahan) kota, seperti dialog khusus yang melibatkan pihak-pihak terkait didalamnya yang bisa dikemas dalam bentuk Talk show ataupun dialog interaktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dkk, 2009. Komunikasi Massa: suatu pengantar edisi revisi, Simbiosis Rektama Media, Bandung.
- AD, Fabey, 1997. How to Produce Successful Advertising, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2006. Metode Penelitian: Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2003. Pengantar Ilmu Komunikasi, PT. Raja Grafindo Pesada, Jakarta
- Depari, Eduard. Colin MacAndrews, 1991. Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan, Gadjah Masa University Press, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. Ilmu Teori dan filsafat komunikasi. Cet. Ke-3. Citra Aditya Bakti; Bandung.
- Fajar, Marhaeni, 2009. Ilmu Komunikasi: teori dan praktik, Graha Ilmu, Jakarta.
- Hartono, Jogiyanto, 2008. Analisa dan Desain Sistem Informasi, Andi Publisher, Yogyakarta.
- Kadir, Abdul, 2002. Pengenalan Sistem Informasi, Andi Publisher, Yogyakarta.
- Krisyantono, Rachmat 2012. Teknis Praktis Riset Komunikasi, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Kusuma, Wawan, 2008. Analisis Interaktif Budaya Massa, Rineka Cipta, Jakarta.
- Moleong, Lexy J, 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif, PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.

- McQuail, Dennis, 1987. Teori Komunikasi Massa, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Nasution, Zulkarimein, 1992. Komunikasi Pembangunan, Rajawali, Jakarta.
- Nurudin, 2007. Pengantar Komunikasi Massa, Rajawali Perrs, Jakarta.
- Sutopo, HB. 2006. Metode Penelitian Kualitatif, UNS Press, Surakarta.
- Sugiyono, 2010. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R DAN D, Alfabeta, Bandung.
- Soekanto, Soerjono, 1990. Sosiologi Suatu Pengantar. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Saleh P, Fuad Abbas. 2013. “Peran Media Massa Cetak (Koran) Dalam Meningkatkan Pariwisata Danau Dua Rasa, Berau”. Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Tamburaka, Apriadi, 2013, Literasi Media, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wirutomo, Paulus. 1981, Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi, Rajawali Press, Jakarta.

Dokumen-dokumen :

- Permohonan Perijinan Penyelenggaraan Penyiaran LPPL Tarakan Televisi Media Mandiri. 2009.
- Peraturan Daerah Kota Tarakan Nomor 13 Tahun 2002 Tentang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan Kota Tarakan.
- Peraturan Daerah Kota Tarakan Nomor 03 Tahun 2009 Tentang Pendirian Lembaga Penyiaran Publik Lokal Tarakan Televisi Media Mandiri.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.
- Studi Kelayakan Tarakan TV . 2006. Kerjasama Tarakan TV dan LKKP Makassar.

Sumber Internet :

- Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Tarakan_TV (diakses, 26 Agustus 2015)
- Wikipedia, <https://id.wikipedia.org/wiki/Sosialisasi> (diakses, 12 Oktober 2015)