

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Nusantara TV

A. Sejarah Nusantara TV

Gambar 4. 1 Pemilik NT Corp Nusantara TV

Sumber: *Instagram Nurdin Tampubolon @nurdintamp*



PT Nusantara Media Mandiri adalah salah satu unit usaha dari NT Corp, kelompok usaha dipimpin oleh Nurdin Tampubolon, yang bergerak di bidang media penyiaran televisi digital dengan jangkauan nasional dan berstatus Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) bersifat siaran non-pemerintah. PT Nusantara Media Mandiri dan logo Nusantara TV sudah mendapatkan sertifikat merek dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek sejak tanggal 14 Oktober 2019. (https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara_TV)

Nusantara TV adalah Televisi digital pertama di Indonesia dan portal berita online yang menghadirkan tayangan yang menghibur, dan berita terkini soal politik, ekonomi, hukum dan lain – lain, yang dapat di akses *Free To Air* (FTA), Satellite Telkomsat – 3720 Mhz, *Livestreaming nusantaratv.com/live*, Dengan tag line "Sahabat Kita", Nusantara TV lahir di era globalisasi, era milenial dan era kemajuan teknologi yang membawa inovasi bahwa televisi adalah sahabat pemirsa,

sahabat keluarga Indonesia, sahabat Negara, dan sahabat warga Dunia (https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara_TV)

Nusantara TV juga sudah memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran Tetap (IPP Tetap) sejak 2016 sesuai Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 463/T.02.02/2019 tanggal 16 Oktober 2016. Pada 26 April 2021, NTV resmi memenangkan seleksi *multipleksing* (mux) digital untuk wilayah layanan Bandar Lampung dan Bali. Nusantara TV kini menemani pemirsa 24 jam setiap hari, dengan tayangan beragam yang mengikuti pola tren terkini, informatif, menghibur serta dekat dengan kehidupan pemirsa. Nusantara tv juga menghadirkan tayangan yang tidak hanya menghibur namun mengedepankan sisi informasi dan edukasi pada setiap programnya (https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara_TV)

Nusantara TV telah menjadi pionir penyiaran digital di Indonesia melampaui penyiaran swasta lainnya sehingga Nusantara TV sejajar dengan stasiun televisi negara lainnya yang telah bermigrasi ke penyiaran digital yang yang terkenal sebagai berikut :

A. *Integrated*

yaitu sistem yang sudah mengalami pembauran, menjadi kesatuan antara portal berita dan tayangan tv, agar bisa cepat dan optimasinya maksimal dalam menyampaikan berita terkini.

B. *Multiplatform*

yaitu sistem yang beroperasi “*multiple*”, bisa disaksikan *Free To Air*, Satelit Telkomsat – 3720 Mhz, *livestreaming* nusantaratv.com/live dan youtube *livestreaming* serta di ragam media sosial.

C. *Modern*

yaitu sistem logika yang membantu untuk menavigasi era digital dengan lebih baik, di bangun atas interaksi logika media pra-internet dan media baru di bidang sosial media dan politik yang terhubung secara refleksif.

Nusantara TV juga hadir dalam bentuk Portal yang terintegrasi dengan tayangan TV, dengan macam berita mulai dari nasional, dunia, ekonomi, *sport*, auto, tekno, *showbiz*, *lifestyle*, dan *health*.

Nusantara TV memiliki portal di media lain yaitu sebagai berikut :

1. Twitter : @Nusantara_TV
2. Facebook *Page* : nusantaratv.com
3. Instagram : @nusantaratv
4. Youtube : NusantaraTV Official

(https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara_TV)

B. Logo dan Makna PT Nusantara Mandiri (Nusantara TV)

Gambar 4. 2 Logo Nusantara TV

Sumber: *Primer Newerth*



Pada tanggal 14 Oktober 2019, NTV meluncurkan logo barunya berupa gambar segitiga dengan dasar warna biru dan tulisan NTV berwarna putih yang menggambarkan semangat baru dalam memberikan informasi dan edukasi. Logo ini telah mendapatkan sertifikat Perlindungan Hak Atas Merek dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Dirjen Kekayaan Intelektual dengan Nomor IDM000806608. (https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara_TV)

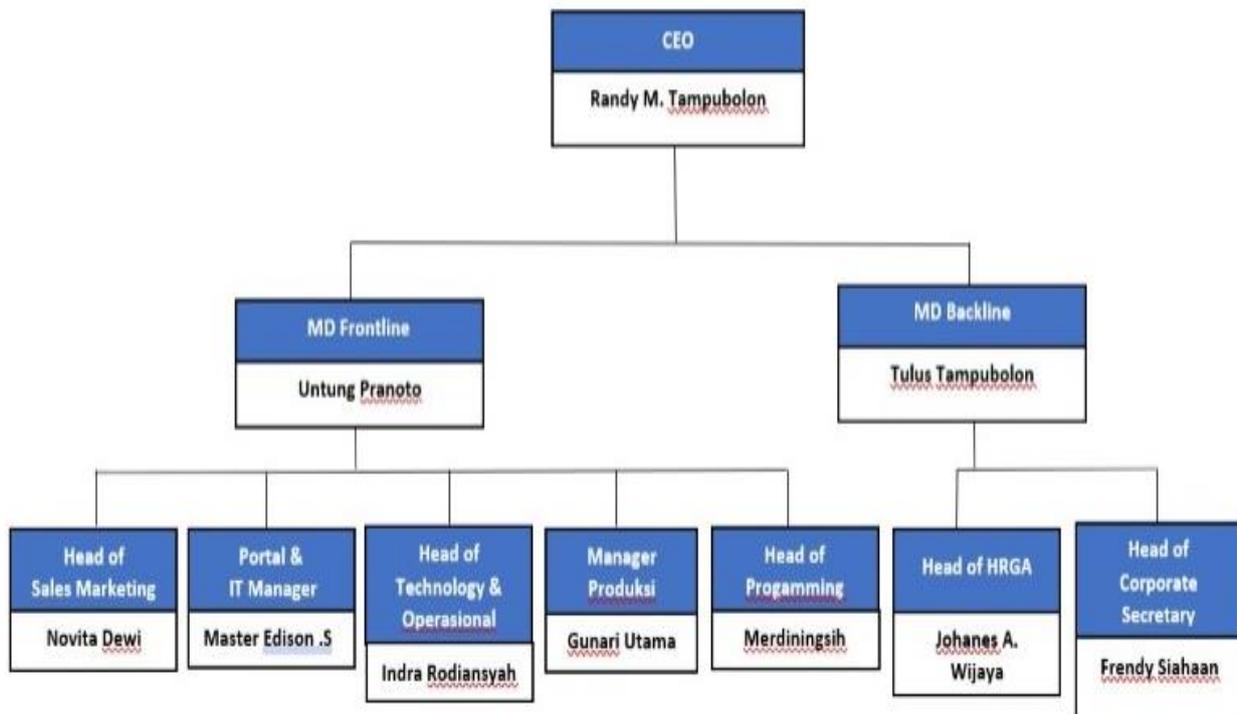
C. Visi dan Misi Nusantara TV

1. Visi
Menjadi perusahaan yang dibanggakan oleh bangsa dan di akui secara Internasional.
2. Misi
Mendapatkan laba untuk perusahaan, untuk kepuasan pelanggan, dan kebanggaan karyawan. (https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara_TV)

D. Struktur Organisasi Stasiun Nusantara TV

Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Nusantara TV

Sumber: *Primer Newerth*



E. Program-Program Nusantara TV

1) Program Berita Nusantara TV

Program berita atau program informasi adalah program yang bertujuan memberikan tambahan pengetahuan kepada penonton melalui informasi. Program berita terbagi dalam dua format, yaitu *hard news* dan *soft news*. Kedua jenis format program ini memiliki karakteristik dan pengertian yang berbeda satu sama lainnya, yaitu *hard news* adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya terikat waktu (*time concern*) agar diketahui oleh pemirsanya. *Hard news* dibagi dalam tiga kelompok, yaitu *straight news*, *on the spot reporting*, dan *interview on air*.

Sedangkan *soft news* atau berita lunak adalah segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*), namun tidak bersifat harus segera tayang (*timeless*). *Soft news* dibagi dalam enam kelompok, yaitu

current affair, magazine, infotainment, feature, dokumenter. (Rusman Latief, 2015 hlmn 33-42).

Gambar 4. 4 Program NTV Prime Nusantara TV

Sumber: *Website Nusantaratv.com*



NTV *News* – Program NTV yang menayangkan berita-berita terkini tentang berbagai peristiwa Politik, Hukum, Perubahan Kebijakan, Ekonomi, Sosial dan Budaya baik yang terjadi di dalam negeri maupun di luar negeri. Buletin berita terdiri dari berbagai program, yaitu : NTV *Morning*, NTV *Midday*, NTV *Today*, NTV *Prime*, NTV *Crime*, NTV *Election*, NTV *Sport*, NTV *Tonight*, Sekilas Nusantara. Pada program *hard news*, Nusantara TV memiliki beberapa programnya yaitu NTV *Morning*, NTV *Midday*, NTV *Today*, NTV *Tonight*.

Prinsip Televisi digital saat ini adalah keragaman konten. Jika di era analog ada Metro TV sebagai TV berita, di NTV nantinya akan menerapkan keragaman konten dan Nusantara TV akan memiliki lima saluran TV, yaitu NTV, Harum TV, Bhineka TV, Gold TV, dan Routers TV. Masing-masing saluran akan memiliki konten atau segmentasi sendiri. NTV akan menjadi saluran yang menayangkan khusus *news*/berita, Bhineka TV menjadi saluran TV khusus pendidikan, dan Routers TV menjadi saluran TV khusus mancanegara dan kedepannya Nusantara TV akan menyesuaikan segmentasi berdasarkan minat, umur, dan jenis kelamin Masyarakat.

2) Program Drama Series Film Luar/Cinopedia

Gambar 4. 5 Program Drama Series Nusantara TV

Sumber: Youtube Nusantara TV



Program saluran Routers TV yang menayangkan serial drama, film luar negeri, Box Office, dan Blockbuster dari India serta dipilih karena bisa memberikan tontonan yg menarik sehingga film tersebut bisa membawa dampak bertambahnya penonton di tv atau di platform digital. (Sumber Key Informan, 2024).

Ada beberapa serial dewasa yang membuat heboh publik India baru-baru ini. Hal itu disebabkan karena beberapa adegan yang dianggap terlalu vulgar dan lolos sensor karena ditayangkan secara online, yaitu sebagai berikut :

A. *Poison*

Poison disukai oleh masyarakat karena kisah cerita yang menarik dan kaya akan adegan aksi. Serial itu berkisah tentang Ranveer (Tanuj Virwani) yang pindah ke Goa setelah bebas dari penjara dan berusaha untuk membalas dendam pada musuh lamanya. Tentunya tak hanya adegan aksi saja yang disuguhkan, ada pula kisah percintaan bahkan beberapa adegan intim yang ditampilkan di serial ini.

B. *The Casino*

The Casino menjadi salah satu serial paling populer di layanan *streaming* Zee5. Mereka mengangkat kehidupan seorang bos perjudian bernama Shailendra Singh Marvah (Sudhanshu Pandey) dan anaknya, Vikramaditya Singh Marvah (Karanvir Bohra) yang mencoba untuk lepas dari pengaruh sang ayah. Ia pun mencoba untuk menguasai warisan ayahnya itu sebelum kasino tersebut dihancurkan oleh sosok wanita bernama Rehana (Mandana Karimi). Serial

tersebut ditayangkan sejak 2020 dan disutradarai oleh Hardik Gajjar bersama Tushar Bhat.

C. *RejctX*

RejctX bercerita tentang kehidupan pelajar di sekolahan kaum elit. Kisah yang diangkat hampir mirip-mirip dengan serial-serial di Netflix seperti *Elite*. Serial itu dibintangi oleh aktris seksi Esha Gupta, Sumeet Vyaas, Kubbra Sait hingga Pooja Shetty. (<https://nusantaratv.com/showbiz/4-serial-dewasaindia-ini-bikin-heboh>)

3) Program *Cinemakids*

Gambar 4. 6 Program Cinemakids Nusantara TV

Sumber: *Youtube Nusantara TV*



Program saluran Routers TV ini juga menayangkan serial animasi dan film animal lepas untuk anak dengan tayangan beragam 30-60 menit. Tayangan informasi dari mancanegara yang menyajikan kisah budaya, profil tokoh, sejarah, tempat atau *landmark* yang menjadi khas dari daerah tertentu di berbagai negara. (<https://www.nusantaratv.com/company-profile>)

4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian mencakup data dan fakta yang terkumpul langsung dari lapangan disesuaikan dengan teori yang diterapkan, serta mencoba menyajikan informasi dari wawancara terkait Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV Dalam Meningkatkan Minat Penonton.

Hasil penelitian ini disajikan dan dianalisis dengan menjawab tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana :

1. Strategi Kesesuaian yang dilakukan oleh Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton
2. Strategi Pembentukan kebiasaan Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton
3. Strategi Pengontrolan arus pemirsa Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton
4. Strategi Penyimpanan sumber-sumber program Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton
5. Strategi Daya tarik pemirsa Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton

Mengingat kembali bahwasanya penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, serta dengan pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi, maka penelitian di sajikan dan dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan Key Informan, Informan I, Informan II, serta Triangulasi yaitu sebagai berikut :

1. Key Informan Jaffry Arisfiandi S. Menjabat sebagai *Section Head Programming* di Nusantara TV. Bertempat di Jl. Pulomas Selatan Kav. Blok No.20 RT.7/RW 7, Kayu Putih Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210.
2. Informan 1 Muhammad Irsal. Menjabat sebagai Produser di Nusantara TV. Bertempat di Jl. Pulomas Selatan Kav. Blok No.20 RT.7/RW 7, Kayu Putih Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210.

3. Informan II Mathias Maxi Ardito. Menjabat sebagai Koordinator Video Editor di Nusantara TV. Bertempat di Jl. Pulomas Selatan Kav. Blok No.20 RT.7/RW 7, Kayu Putih Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210.
4. Informan Triangulasi Donny Kurniawan, M.I.Kom Sebagai Exprod Program Liputan6 malam, Liputan6 Pagi & Kriminal Buser di SCTV.

4.2.1 Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV Dalam Meningkatkan Minat Penonton

A. Strategi Kesesuaian (*Compatibility*) program dengan pemilihan jenis program dan menyusun jadwal siaran program untuk mencapai target sasaran pemirsa

Tahap awal dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton melibatkan kesesuaian program yang matang dengan menyusun jadwal siaran program, pemilihan jenis program dan tayangan sebuah program untuk mencapai target sasaran pemirsanya. Berdasarkan pernyataan dari Key Informan, Informan I Serta tanggapan Triangulasi mengenai hal yang dilakukan oleh pihak Nusantara TV dalam menyesuaikan Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton adalah sebagai berikut :

1. Menyusun Jadwal Penyiaran Program dari berbagai *genre*

Tahap pertama dalam strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton yaitu dengan menyusun jadwal penyiaran program dari berbagai *genre* berdasarkan strategi kesesuaian penyiaran digital Nusantara TV adalah sebagai berikut :

“Jadi setiap televisi, termasuk Nusantara TV, menyusun jadwal penyiaran 24 jam sehari yang terdiri dari berbagai genre seperti anak-anak, berita, dokumenter, dan film. Dalam penyusunan jadwal ini, kami tidak bisa langsung membuatnya tanpa panduan. Setidaknya, kami harus melihat jadwal televisi lain, terutama kompetitor. Oleh karena itu, setiap kali kami membuat jadwal penyiaran, kami selalu memperhatikan jadwal dari kompetitor.” (Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai strategi pemrograman TV yang terdiri dari beberapa waktu berdasarkan Strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton adalah sebagai berikut :

“Salah satu strategi pemrograman TV adalah *"day parting,"* yang membagi program siaran ke dalam beberapa kategori waktu: pagi, siang, sore, dan malam. Dengan kategori ini, tim pemrograman menentukan program yang sesuai untuk setiap waktu. Produser, terutama dari divisi berita, sering tidak mengetahui alasan tim pemrograman menentukan jadwal berita pada waktu-waktu tertentu. Produser hanya menjalankan program yang telah dijadwalkan, misalnya program kriminal ditayangkan pada pukul 16.00-17.00. Produser bertugas menentukan segmentasi program, seperti mengisi segmen 1, 2, 3, dan 4 dalam satu jam, sementara penentuan jadwal program adalah tugas tim pemrograman.”
(Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai pemilihan waktu tayang program dan proses penyesuaian jadwal kapan tayang program berdasarkan strategi kesesuaian penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

“Pemilihan waktu tayang program dan pengklasifikasian program apakah pagi, siang, sore, atau malam, dilakukan dengan menyesuaikan jadwal kapan dan dimana penonton lebih banyak menghabiskan waktu di depan TV. Misalnya, pagi hari diasumsikan banyak orang masih di rumah sebelum beraktivitas di luar, siang hari dikhususkan untuk kaum wanita atau gender female yang lebih banyak di depan TV pada jam-jam tersebut, dan juga jam istirahat kerja secara umum. Sore hari biasanya diisi program karena banyak orang sudah pulang kerja. Selain itu, kami juga menyesuaikan dengan jadwal kompetitor. Pagi hari dipilih karena orang bekerja membutuhkan informasi, siang hari untuk orang yang beristirahat kerja, dan sore hari untuk orang yang sudah pulang kerja. Kami selalu mempertimbangkan target market dan target penonton. Misalnya, pada pagi hari antara jam 04.30-06.30, targetnya adalah generik, mencakup orangtua, remaja, anak-anak, dan dewasa, dengan konten yang bervariasi dari ringan hingga berat. Televisi reguler menganggap kompetitor

utama adalah televisi berita, yang memiliki durasi tayang yang melimpah. Oleh karena itu, kami harus memikirkan materi yang paling menarik untuk disuguhkan.” (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

2. Pemilihan Jenis Program Berdasarkan Akuisisi Program

Tahap kedua dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah pemilihan jenis program berdasarkan akuisisi program yang terlibat dalam sebuah penyiaran digital. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan mengenai pilihan jenis program yang dilihat berdasarkan akuisisi dari program lain:

“Iya, nusantara tv juga pastinya program-program yang ditayangkan itu bisa sumbernya dari kita produksi sendiri kemudian kita bisa bentuknya kerjasama yaitu artinya tidak sepenuhnya kita membeli bisa berupa barter atau kerjasama dan terakhir bisa dengan mengakuisisi yang berarti itu membeli penuh bisa sumbernya dari dalam negeri atau juga luar negeri. Nah untuk saat ini memang NTV mempunyai drama series india yang kita ambil dari luar negeri, kenapa yang dipilih karena kita melihat tentunya dari trend yang saat ini pemirsa, mungkin kita melihat tv lain program drama series ini juga memberikan rating dan sharing yang bagus dan pasti oleh karena itu kita juga melihat jadi salahsatu pilihan kita untuk memilih program drama series yang juga bisa dibeli dari luar negeri.” (Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai persebaran program hasil pemilihan jenis program berdasarkan Strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton adalah sebagai berikut :

”Iya tentu yang pertama kita memanfaatkan media sosial baik itu facebook, twitter, instagram, bahkan tiktok. 4 media sosial itu kita pake untuk mempublikasikan nusantara tv selain promo on air di tv itu sendiri, promo online dimedia sosial dan promo offline, promo offline itu kita punya divisi event yang tugasnya untuk membuat event yang bertujuan untuk melakukan publikasi nusantara tv secara offline gitu, jadi kalo pemirsa dirumah atau masyarakat luas belum punya tv yang notabennya kita sudah beralih ke digital masyarakat

bisa mengetahui ntv mulai dari media sosial, media online sama event-event yang kita gelar diseluruh indonesia.” (Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Kemudian Informan II juga mengatakan mengenai peran dalam pemilihan jenis program berdasarkan Strategi Kesesuaian penyiaran digital Nusantara tv adalah sebagai berikut:

“Jadi kalau strategi untuk editor itu sebenarnya mengikuti keinginan produser dan request produser seperti apa dan itu biasanya kita akan ikuti gitu, karena editor itu kalo di TV itu berada di supporting dan produser itu user, produser punya barang ibarat kata bahan bangunan, eh ini saya mau bikin rumah modelnya gini dan editor adalah kuli bangunannya, cuma ada disaat dimana misalnya kuli bangunan bilang kayanya kalo taman ini ditambahin daun ini bagus deh, nah jadi kita disitu tuh masuknya tanpa mengurangi keinginan produser kalo strateginya kita ngikutin produser tetapi kita bisa memberi masukan sama produser.” (Sumber Informan II, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai pemilihan jenis program berdasarkan strategi kesesuaian penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

“Kami mengandalkan provider luar negeri untuk memenuhi kebutuhan konten berita, dengan pertimbangan utama terhadap perkembangan berita internasional. Berbagai konten dari provider seperti Reuters, SNTV Singapore, dan lainnya ditawarkan kepada kami, dengan penilaian bahwa konten tersebut sesuai dengan kebutuhan dan pemahaman media dalam negeri. Setiap media biasanya memiliki slot khusus untuk berita luar negeri, seperti perkembangan di Gaza atau Arafah, yang penting bagi pemirsa. Televisi berita terutama mengandalkan berita internasional sebagai tulang punggungnya, dengan durasi siaran yang luas, mencakup tidak hanya berita serius tetapi juga konten ringan yang populer di media sosial. Konten tersebut dikemas dengan baik untuk memastikan visual yang menarik dan narasi yang sesuai, baik dari sumber luar negeri maupun domestik, sebagai pelengkap informasi yang dapat berasal dari berbagai sumber. Langganan konten dari luar negeri, yang sering kali dibayar dalam mata uang dollar per semester, juga

memberikan nilai tersendiri bagi stasiun televisi dalam hal prestise dan keberagaman materi yang disajikan”. (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

3. Penjadwalan program dan tayangan konten untuk mencapai target sasaran pemirsa

Selanjutnya dalam strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton yaitu dengan melakukan strategi penjadwalan program dan konten untuk mencapai target sasaran pemirsa. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan mengenai pilihan jenis program yang dilihat berdasarkan akuisisi dari program lain:

“Jadi dalam mencapai sasaran pemirsanya Nusantara TV melakukan atau menentukan jenis program film apakah film ini bergenre action apakah menarik khususnya untuk kita yang menonton kemudian kita lihat sasarannya apa, kalo film action kita menjadwalkannya dimalam hari karena yang menonton film-film itu dimalam hari yang bergenre action, atau misalnya program berita pun kita harus melihat yang sekarang lagi trend atau paling sering ditonton pemirsa program berita misalnya tentang kriminal itu kita review lagi program tersebut misal sekarang yang lagi trend tentang kasus pegi kita review setiap hari perkembangan kasusnya sampai sedetail mungkin itu kita review kembali terus kontennya sampai dengan judulnya yang membuat pemirsa itu tertarik untuk menontonnya sampai dengan kontennya dan juga ulasannya.” (Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan bahwa untuk mencapai target sasaran pemirsanya yaitu dengan mensegmentasikan minat masyarakat terhadap konten-konten yang menarik pada tayangan sebuah program berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

“Oke di sistem penyiaran digital ini kan diharapkan keberagaman konten ya, Jadi sekarang sangat dengan mudah untuk menentukan segmentasi bahkan untuk umur, misalkan umur 1-13 tahun bisa nonton di channel khusus anak-anak berupa kartun dan lain-lain. Jadi sekarang prinsipnya tv digital itu adalah diversity of content, kalo disini di ntv

nantinya akan merujuk kepada diversity of content dengan cara apa kita punya 5 tv nantinya yang pertama yang sudah berjalan ini kan ada NTV terus nanti ada Harum tv, Bhineka tv, Gold tv dan Routers tv nah kelimanya ini nanti akan punya konten atau segmentasi sendiri-sendiri misal NTV jadi tv berita kemudian bhineka tv akan jadi tv pendidikan dan routers akan jadi tv mancanegara, nah itu nanti kedepan tv akan seperti itu untuk mensegmentasikan berdasarkan minat masyarakat, umur masyarakat bahkan jenis kelamin masyarakat.” (Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai segmentasi sebuah tayangan program untuk mencapai tagget pemirsa berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton sebagai berikut:

“Jadi ketika kami mendapat durasi 30 menit, biasanya kami membaginya menjadi 3 segmen. Segmen pertama selalu diawali dengan materi visual yang menarik perhatian penonton, seperti gambar dramatis yang memaku orang di depan TV. Strateginya adalah menampilkan banyak berita di segmen ini, dengan harapan saat TV lain masuk jeda iklan, penonton akan berpindah ke saluran kami. Segmen 1, 2, dan 3 selalu diakhiri dengan berita yang ringan, seperti tentang PPDB, vaksin, atau bencana yang fokus pada pemulihan dengan gambar yang tidak terlalu ekstrem, tetapi kontennya menenangkan. Setiap segmen ditargetkan untuk mengikat penonton: segmen 1 dengan gambar yang menarik, segmen 2 dengan konten yang sedikit lebih ringan, dan segmen 3 dengan konten yang paling ringan. Tujuannya adalah membuat program berwarna dan mampu memainkan emosi penonton, mirip dengan struktur cerita dalam film: diawali dengan konflik yang kuat, di tengah ada perselisihan, dan diakhiri dengan konten yang lebih ringan dan tenang.” (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

B. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*) dengan mencakup penilaian setiap *episode* program dan pengklasifikasian program berdasarkan *range* usia penonton.

Kemudian tahap selanjutnya dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton yaitu dengan melibatkan proses pembentukan kebiasaan pemirsanya dengan menilai setiap *episode* program

dan mengklasifikasikan program berdasarkan *range* usia. Dengan cara ini, Nusantara TV dapat menyusun jadwal tayang yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiensnya. Melalui penilaian yang kontinu, Nusantara TV dapat memahami *episode* mana yang paling disukai oleh penonton dari berbagai kelompok usia. Pengklasifikasian program memungkinkan penyiaran konten yang relevan dan menarik bagi target demografi tertentu, baik itu anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua. Strategi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan minat penonton, tetapi juga membentuk kebiasaan menonton yang lebih konsisten, sehingga *audiens* akan lebih sering kembali untuk menonton program-program yang mereka sukai. Berdasarkan pernyataan dari Key Informan, Informan I, Informan II Serta tanggapan Triangulasi mengenai hal yang dilakukan oleh pihak Nusantara TV dalam pembentukan kebiasaan pemirsanya adalah sebagai berikut :

1. Menilai seluruh isi episode program untuk menaikkan *rating* dan *share*

Tahap pertama dalam Pembentukan Kebiasaan adalah dengan menilai seluruh episode program agar dapat menaikkan *rating* dan *share* program itu sendiri berdasarkan strategi penyiaran digital dalam meningkatkan minat penonton. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

“Iya betul kita harus melihat seluruh isi episode-episode program dari mulai awal proses berjalan sampai akhirnya, kenapa ya karena itu tadi untuk melihat apakah program program ini bagus tidak isinya, kemudian kita lihat setiap tayangan episode-episode ini apakah nanti *rating* dan *sharing*nya akan terus naik atau ternyata biasa saja atau malah nambah turun, kalau sudah begitu maka kita harus buat strategi misalnya kalau biasa saja ya kita harus melihat episode berikutnya harus lebih menarik, tapi kalau tiba-tiba *trend*nya terus turun ya kita harus berfikir apakah programnya kita harus ganti”. (Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai upaya dalam menentukan segmentasi episode program agar penonton tetap berada di siaran tersebut dalam jangka waktu yang lama berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Upaya menjaga agar masyarakat tetap menonton program kami yaitu dengan adanya beberapa perbaikan yang harus dipikirkan oleh produser. Misalnya, dalam satu program terdapat 4 segmen, dan setiap segmen harus ditentukan segmentasinya. Segmen pertama bisa mengenai kriminal jalanan seperti begal atau perampokan, dengan ilustrasi pembacokan menggunakan grafis atau data dari presenter. Ini adalah salah satu perbaikan yang dilakukan agar berita tidak hanya dibaca oleh presenter tanpa variasi, sehingga lebih menarik bagi masyarakat. Jika segmen pertama menarik, kemungkinan besar penonton akan tetap menonton segmen berikutnya. Namun, jika segmen pertama tidak menarik, penonton kemungkinan besar akan beralih ke saluran lain.”
(Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Kemudian Informan II (Editor) juga mengatakan hal mengenai peran dalam menyusun setiap episode program yang akan tayang sebagai berikut :

“Betul selalu menyusun dan mengedit setiap hari karena tayang setiap hari. Editor diharapkan tidak hanya menjadi operator, tetapi juga memberikan masukan kreatif. Misalnya, jika seorang pengguna ingin rumah minimalis dengan cat hitam putih, editor dapat memberikan pandangan bahwa rumah yang menghadap ke barat lebih baik menggunakan warna terang karena terkena matahari.” (Sumber Informan II, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai review kembali setiap episode program yang sudah tayang untuk menyempurnakan programnya demi mempertahankan penonton berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton sebagai berikut:

“Iyaa setiap program yang tayang harus diulas dan direview kembali, baik bagus atau tidak, serta lancar atau tidak. Jika evaluasi positif, minimal dipertahankan, namun lebih baik ditingkatkan. Masalah yang muncul dicatat agar bisa diatasi di siaran berikutnya, seperti masalah sinyal saat *live*. Evaluasi ini mendorong perbaikan dan mempengaruhi minat penonton terhadap program. Ketidakterbacaan rundown dan masalah *live* sering terjadi. Setiap hari, terlihat program mana yang bagus dan mana yang tidak, dan penilaian ini berdasarkan narasi, visual, editing, dan kualitas audio saat dubbing.” (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

2. Klasifikasi Penonton berdasarkan *range* usia untuk menentukan program yang akan di tayangkan

Tahap kedua dalam strategi Pembentukan Kebiasaan adalah dengan melakukan klasifikasi penonton berdasarkan range usia untuk dapat menentukan program apa saja yang dapat ditayangkan sesuai dengan waktu penayangannya berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton . Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

“Jadi penonton memiliki klasifikasi berdasarkan kelompok usia dan jenis kelamin. Misalnya, kita dapat mengelompokkan penonton anak-anak, remaja (12-25 tahun), dan dewasa (40 tahun ke atas). Analisis ini membantu menentukan program yang sesuai untuk setiap kelompok, seperti program berita kriminal yang mungkin lebih disukai oleh pria dewasa atau remaja pria. Oleh karena itu, klasifikasi penonton sangat penting untuk menentukan program yang akan ditayangkan.” (Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai pemanfaatan media sosial dan aplikasi digital untuk publikasi konten dalam pembentukan kebiasaan penonton terhadap program yang akan tayang berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV untuk meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Jadi penggunaan media sosial sebagai media digital terus berkembang dengan pembaruan terbaru, seperti aplikasi Nusantara TV yang tersedia di Playstore dan Appstore. Ini merupakan salah satu upaya publikasi dengan memasukkan konten di platform tersebut, sehingga dapat menjawab

kebutuhan publikasi digital.” (Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) yaitu adalah dengan mempertimbangkan target usia penontonnya dalam memproduksi sebuah program untuk membentuk kebiasaan penonton di waktu tertentu berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Iya jadi setiap program televisi harus mempertimbangkan target usia penontonnya. Pada pagi hari, sebagian besar stasiun televisi menayangkan program berita, namun Global TV memilih menayangkan kartun Spongebob. Meskipun umumnya orang membutuhkan informasi di pagi hari, manajemen Global TV berpendapat bahwa banyak anak-anak yang bangun tidur dan membutuhkan hiburan saat mereka bersiap untuk sekolah. Setiap stasiun televisi memiliki asumsi dan target yang berbeda, yang memengaruhi rating dan share program mereka. Rating dan share kartun Spongebob sering kali lebih tinggi dibandingkan program berita yang tayang di waktu yang sama. Jika program berita tidak cukup kuat, mereka akan kalah bersaing dengan kartun Spongebob. Namun, hingga saat ini, hanya Spongebob yang mendominasi secara nasional, sedangkan program anak-anak lainnya masih bersifat lokal.” (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

C. Strategi Pengontrolan Arus Pemirsa (*Control Of Audience Flow*) dengan menayangkan program-program yang menarik dan kreatif secara berkelanjutan dan memastikan bahwa setiap program memiliki daya tarik yang kuat dan mampu memenuhi ekspektasi *audiens*.

Kemudian tahap selanjutnya dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton yaitu dengan melibatkan proses pengontrolan arus pemirsa dengan mempertahankan pemirsa di saluran tersebut dan mencegah mereka beralih ke saluran lain dengan menayangkan program-program yang menarik dan kreatif. Berdasarkan pernyataan dari Key Informan, Informan I dan Informan II Serta tanggapan Triangulasi mengenai hal yang dilakukan oleh pihak Nusantara TV dalam proses

pengontrolan arus pemirsa berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pengembangan program untuk terus meningkatkan kualitas dan daya tarik program televisi yang akan ditayangkan

Tahap pertama dalam strategi pengontrolan arus pemirsa adalah dengan menerapkan strategi yang menghasilkan konten berkualitas tinggi untuk mendapatkan tanggapan positif dari setiap pemirsa berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

“Strategi yang kami terapkan adalah dengan menghasilkan konten yang berkualitas tinggi. Sebagai contoh, NTV saat ini menarik banyak pemirsa dengan program "Ko Bisa Viral" dan penampilan lagu-lagu dangdut. Kami berusaha mempertahankan popularitas ini dengan terus mengembangkan variasi dalam genre dangdut. Setelah tayangan, kami mengevaluasi respons pemirsa, jika tanggapannya positif, jadwal tersebut dipertahankan, namun jika menurun, kami siap untuk melakukan penyesuaian.”
(Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I juga mengatakan mengenai dasar untuk penyesuaian dan perbaikan strategi produksi serta pemrograman untuk terus meningkatkan kualitas dan daya tarik konten televisi yang disajikan kepada pemirsa dengan tambahan fitur *Minute by Minute* (MBM) berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV adalah sebagai berikut:

“Nusantara TV berlangganan layanan rating dan share dari Ac Nielsen untuk memantau kinerja program-programnya selama 24 jam. Selain itu, mereka juga memiliki akses ke data Minute by Minute (MBM) yang memungkinkan mereka untuk melihat secara detail bagaimana respons penonton dari menit ke menit, termasuk pada segmen pertama dari program. Informasi ini sangat penting karena dapat digunakan sebagai evaluasi oleh produser dan tim pemrograman untuk menganalisis mengapa suatu segmen bisa sukses atau mengalami penurunan tajam dalam jumlah pemirsa. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi

faktor-faktor yang berpengaruh dan mendukung pengambilan keputusan strategis terkait perbaikan dan pengembangan konten televisi yang lebih baik”. (Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Kemudian Informan II juga mengatakan mengenai pengontrolan arus pemirsa dalam menghadapi tantangan kehadiran konten di Era Digital dan menciptakan beragam konten yang dapat segera menarik perhatian penonton sejak awal penayangan yang berfokus pada strategi untuk mempertahankan minat penonton berdasarkan Strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Setiap hari, editor harus berinovasi secara terus-menerus mengingat perkembangan tren konsumsi konten saat ini. Pada masa sekarang, penonton cenderung kehilangan minat dalam waktu kurang dari 10 detik, mirip dengan pengalaman di platform TikTok. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk menciptakan konten yang dapat segera menarik perhatian penonton sejak awal penayangan. Perbedaan ini menunjukkan perubahan signifikan dari era sebelumnya di mana penonton biasanya memberi waktu hingga 1-2 menit untuk menilai suatu program. Sementara editor fokus pada strategi untuk mempertahankan minat penonton, produser bertanggung jawab untuk memastikan bahwa substansi dan kualitas konten tetap menarik selama durasi program.” (Sumber Informan II, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai perencanaan pengontrolan arus pemirsa dilihat dari strategi penyiaran berita dalam menghadapi tantangan isu yang sedang hangat untuk meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Isu terhangat saat ini menjadi fokus utama bagi semua stasiun televisi dalam menyajikan program berita. Ketidakkonsistenan dalam mengikuti isu yang sedang ramai dapat menyebabkan penurunan minat penonton. Dalam menyusun materi berita dengan durasi 30 menit hingga 1 jam, penting bagi stasiun televisi untuk memilih dengan cermat isu-isu terhangat dan mengulasnya secara mendalam dengan sudut pandang yang konsisten, sehingga dapat

mempertahankan fokus dan minat penonton terhadap program tersebut.” (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

2. Peran Nielsen dalam pengukuran *rating* televisi dan pengaruhnya terhadap mekanisme dan *control* kualitas sebuah konten program

Tahap kedua dalam pengontrolan arus pemirsa adalah dengan melakukan pengukuran *rating* televisi dan pengaruhnya terhadap mekanisme dan *control* kualitas program dalam menjaga keberlangsungan finansial stasiun televisi melalui pendapatan iklan yang stabil dan meningkat berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

“Setiap departemen dalam stasiun televisi memiliki televisi yang menayangkan program bersaing dan sebagai bagian dari tim pengelolaan jadwal, kami menentukan kontrol. Departemen ini bertanggung jawab untuk mengkritik berita yang dibuat, seperti judul yang kurang menarik, dan memberi masukan kepada produksi, seperti kulinernya yang terlalu tinggi, itulah yang dinilai sebagai fungsi kontrol. Setiap televisi memiliki layanan dari Nielsen, perusahaan independen yang menyediakan alat pengukuran yang menentukan banyaknya penonton dan tingkat televisi, memberikan jaminan kepada klien bahwa iklan dipasang di televisi untuk meningkatkan peringkat.” (Sumber Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai implementasi standar produksi dan *quality control* dalam industri Televisi yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dan kualitas program dalam strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Jadi konsistensi kualitas program dalam industri televisi dipertahankan dengan menerapkan standar produksi yang tinggi dari awal hingga akhir proses produksi. Kami memiliki tim *quality control* yang bertugas untuk melakukan pemeriksaan teratur terhadap setiap episode sebelum disiarkan. Selain itu, komunikasi yang efektif antara semua departemen terkait dijaga agar dapat menghindari

miskomunikasi yang berpotensi mempengaruhi kualitas akhir program”. (Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai peran redaksi dalam pengawasan dan kontrol kualitas program untuk memastikan bahwa setiap informasi yang disajikan memenuhi standar yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

“Di redaksi, tugas utama adalah memantau dan mengatur susunan berita, misalnya memilih antara berita bencana atau kebakaran yang terjadi pada waktu yang sama dengan menggunakan materi yang sama. Jika terdapat kekurangan materi berita, kami dapat langsung meminta bantuan dari tim liputan. Hal ini merupakan bagian dari proses kontrol dan pengawasan untuk memastikan bahwa setiap informasi yang disajikan memenuhi standar yang ditetapkan. Selain itu, introspeksi terhadap kekurangan materi ini penting karena dapat berdampak pada citra dan reputasi stasiun televisi dalam hal rating dan share di pasar”. (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

D. Strategi Penyimpanan Sumber Program (*Conservation Of Program Resources*) dengan mengelola sumber daya program agar tetap menarik dan bervariasi serta melibatkan proses *review* isi program yang akan tayang dan evaluasi program secara berkala untuk memastikan kualitas siaran.

Tahap keempat dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton yaitu dengan dengan mengelola sumber daya program agar tetap menarik dan bervariasi dengan melakukan review isi peogram yang akan tayang serta melakukan evaluasi program agar dapat memenuhi kualitas siaran suatu program. Berdasarkan pernyataan dari Key Informan, Informan II Serta tanggapan Triangulasi mengenai hal yang dilakukan oleh pihak Nusantara TV dalam penyimpanan sumber program dengan mengelola sumber daya berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

1. Review Isi Program yang akan ditayangkan dengan tujuan untuk menghasilkan kualitas siaran sebuah program

Tahap pertama dalam strategi penyimpanan sumber program adalah pentingnya *review* isi program secara berkala terhadap program-program yang akan ditayangkan dengan metode yang digunakan untuk melakukan review tersebut, serta tujuan utama dari proses ini adalah untuk meningkatkan *rating* dan *share* berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

“Jadi bertanggung jawab untuk menentukan jadwal siaran dengan mempertimbangkan analisis kompetitor, konten, dan kualitasnya. Ia menetapkan program-program yang layak atau wajib ditayangkan, dan terus melakukan review ulang dengan tujuan meningkatkan rating dan share. Perannya sangat penting dalam mengevaluasi program untuk memastikan peningkatan jumlah penonton.” (Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan II (Editor) juga mengatakan mengenai peranan dalam merevisi dan memperbaiki konten berdasarkan waktu yang tersedia dan *deadline* ketat akan memberikan gambaran mendalam tentang dinamika dan kompleksitas proses review dalam produksi program televisi, serta pentingnya kolaborasi antara editor dan produser untuk memastikan kualitas tayangan yang optimal berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Proses review dalam produksi televisi sangat bergantung pada waktu karena tenggat yang ketat. Editor biasanya mereview kembali hasil editannya jika ada waktu, untuk memastikan tidak ada kekurangan. Namun, tugas utama review ada pada produser. Setelah editor selesai mengedit, hasilnya diberitahukan kepada produser untuk direview. Jika produser sudah menyetujui, program tersebut kemudian diekspor ke bagian programming untuk ditayangkan”. (Sumber Informan II, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai proses mengevaluasi serta mereview sebuah program untuk menghasilkan kualitas siaran yang baik, sebelum atau sesudah ditayangkan bisa dengan melihat atau membandingkannya dengan kompetitor lain berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Jadi mereview sebuah program adalah salah satu cara untuk membandingkan program kita dengan produk media lain. Dahulu, eksklusivitas masih ada, di mana satu media bisa mendapatkan berita tertentu sementara yang lain tidak. Namun, sekarang eksklusivitas juga ada, tetapi satu media yang memiliki berita biasanya akan berbagi dengan media lain, sehingga semua program TV memiliki gambar, komposisi, wawancara, dan kalimat yang sama. Evaluasi terhadap kompetitor saat ini tidak seketat dulu.” (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

2. Evaluasi konten program sebelum ditayangkan untuk memastikan perangkat dalam kondisi baik

Tahap kedua dalam strategi penyimpanan sumber program adalah dengan melakukan langkah-langkah evaluasi yang dilakukan sebelum konten atau program ditayangkan dan pentingnya memastikan semua perangkat dalam kondisi baik untuk konten yang tidak ditayangkan secara langsung serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas kerjasama dengan kontributor dan pentingnya manajemen teknis dalam memastikan kelancaran produksi dan penayangan program televisi berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

"Kerjasama dengan kontributor di Indonesia dan luar negeri, seperti VOA dan Reuters, melibatkan evaluasi konten sebelum ditayangkan. Semua perangkat harus dalam kondisi baik untuk konten yang tidak siaran langsung. Dalam siaran langsung, aspek teknis bisa mengganggu, sehingga infrastruktur utama dan cadangan disediakan. Pengiriman materi menggunakan saluran fiber optic sebagai pilihan

utama, dengan satelit sebagai backup, memastikan kelancaran pengiriman program atau konten dari kontributor.” (Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai evaluasi aspek yang dinilai dari seorang presenter, termasuk *makeup*, tata rambut, tata busana, cara bicara, penguasaan materi, dan artikulasi, serta akan memberikan gambaran menyeluruh tentang pentingnya evaluasi dan standar operasional dalam produksi televisi untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan professional berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Evaluasi mencakup berbagai aspek konten, mulai dari naskah berita, dubbing suara, dan gambar yang diperoleh dari tim liputan. Evaluasi ini memastikan penerapan standar operasional kamera oleh kameramen untuk menghasilkan gambar berkualitas. Hasil editing juga dievaluasi, termasuk *makeup*, tata rambut, tata busana, cara bicara, penguasaan materi, dan artikulasi presenter. Semua lini, termasuk pergerakan kameramen di studio, harus dievaluasi untuk setiap program. Setelah produksi selesai, konten diserahkan ke tim pasca produksi untuk ditayangkan”. (Sumber Informan I, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan II (Editor) juga mengatakan mengenai peran editor dalam mengevaluasi produksi konten televisi, fokus pada aspek teknis dan kolaborasi dengan produser ini akan membahas bagaimana editor tidak hanya bertanggung jawab atas aspek teknis seperti pengeditan dan penyesuaian audio visual, tetapi juga bagaimana mereka bekerja sama dengan produser untuk memastikan konten yang dihasilkan sesuai dengan visi dan standar produksi yang ditetapkan berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Editor biasanya memiliki fokus pada aspek teknis dalam produksi konten televisi. Mereka menghadapi berbagai kendala seperti *voice over* yang memerlukan *retake*, serta permasalahan teknis seperti ketidakjelasan dalam berita yang perlu dievaluasi secara terus-menerus. Terkadang, editor

mungkin tidak sepenuhnya memahami kebutuhan redaksi dan persyaratan tayang di televisi. Produser juga terlibat dalam meninjau hasil kerja editor untuk memastikan kesesuaian dengan konten naskah dan gambar yang disediakan. Meskipun editor dapat memberikan saran kreatif seperti penambahan musik, adegan, atau penyesuaian warna, mereka umumnya mengikuti arahan dari produser yang bertanggung jawab atas keseluruhan tayangan televisi”. (Sumber Informan II, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai pentingnya evaluasi perencanaan program yang matang dalam menyelenggarakan siaran langsung, termasuk tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi, serta perlunya memiliki strategi backup untuk mengatasi kemungkinan masalah teknis yang dapat terjadi selama proses siaran adalah sebagai berikut :

“Pentingnya perencanaan yang komprehensif dalam penyelenggaraan siaran langsung meliputi tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam proses ini, aspek teknis seperti keandalan sinyal fiber optic menjadi krusial, namun strategi backup juga harus tersedia. Hal ini memastikan kelancaran siaran dengan mempersiapkan rencana alternatif (plan A dan B) untuk mengatasi potensi masalah teknis yang dapat muncul selama proses siaran dan setelahnya”. (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

E. Strategi Daya Tarik Pemirsa (*Breadth Appeal*) dengan melakukan pengembangan konten yang menarik dan memperluas jangkauan siaran untuk menarik perhatian penonton baru dan mempertahankan penonton setia

Kemudian tahap terakhir dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton yaitu dengan menciptakan strategi dan tantangan dalam menjaga daya tarik serta keberhasilan siaran televisi, dengan fokus pada faktor konten yang menarik dan jangkauan siaran yang luas sebagai kunci utama untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pemirsa. Berdasarkan pernyataan dari Key Informan, Informan I Serta tanggapan Triangulasi mengenai hal yang dilakukan oleh

pihak Nusantara TV dengan fokus pada pengembangan konten yang menarik dan ekspansi jangkauan siaran, serta berharap untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar di industri televisi berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

1. Mempertahankan daya tarik penonton dengan meningkatkan kualitas serta jangkauan siaran untuk meningkatkan popularitas program

Tahapan pertama dalam strategi mempertahankan dan meningkatkan popularitas program serta jangkauan siarannya dan mengelola keragaman ini merupakan tantangan berat, dimana tujuan utama kami adalah mempertahankan dan meningkatkan popularitas program-program kami agar diminati oleh pemirsa. Hal ini tidak hanya penting untuk meningkatkan pendapatan dari iklan, tetapi juga untuk memastikan bahwa konten yang kami tayangkan selalu menarik dan inovatif, sehingga dapat mempertahankan pemirsa setia dan menarik pemirsa baru berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara tv dalam meningkatkan minat penonton. Berikut merupakan pernyataan dari Key Informan adalah sebagai berikut:

“Strategi yang penting bagi kami adalah memantau kompetitor-kompetitor di industri televisi yang beragam. Setiap stasiun televisi memiliki strategi uniknya sendiri, apakah fokusnya pada berita, acara anak-anak, atau film. NTV tetap mengusung konsep televisi yang menyajikan berbagai jenis konten seperti film, berita, dan dokumenter. Memang, ini adalah tugas yang menuntut, karena kami harus mempertahankan popularitas program-program kami agar banyak ditonton oleh pemirsa. Hal ini penting tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan dari iklan, tetapi juga untuk memastikan bahwa konten yang kami tayangkan tetap menarik dan inovatif, sehingga pemirsa terus menyaksikannya. Selain itu, jangkauan siaran juga menjadi faktor kunci. Saat ini, kami memiliki 15 saluran siaran di kota-kota di seluruh Indonesia, tidak termasuk platform seperti IndiHome, MyRepublic, dan Vidio.com. Ini sangat mempengaruhi bagaimana pemirsa dapat mengakses siaran dari Nusantara TV. Dengan fokus pada pengembangan

konten yang menarik dan ekspansi jangkauan siaran, kami berharap dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar kami di industri televisi”. (Key Informan, 26 Juni 2024)

Selanjutnya Informan I (Produser) juga mengatakan mengenai strategi efektif dalam *programming* televisi untuk meningkatkan Daya Tarik Penonton serta stasiun televisi dapat meningkatkan loyalitas penonton dan mengoptimalkan performa siaran mereka secara keseluruhan berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

“Dalam industri televisi, penting untuk melakukan evaluasi rutin terhadap performa program-program yang disiarkan. Jika suatu program seperti acara kriminalitas memiliki penonton yang kurang memuaskan, langkah yang diambil adalah menarik program tersebut dan menggantinya dengan program lain yang diharapkan lebih menarik, seperti berita terbaru. Selain evaluasi ini, stasiun televisi juga menerapkan berbagai strategi programing seperti *day parting*, *bridging*, *theming*, *stripping*, *stacking*, *counterprogramming*, *tentpoling*, *hammocking*, *crossprogramming*, dan *hotswitching*. Contohnya, *hotswitching* digunakan untuk mempertahankan pemirsa dengan menyoroti adegan menarik dalam sebuah program. Sementara *theming* mengatur jadwal tayang khusus untuk jenis program tertentu, seperti film yang hanya ditayangkan saat liburan seperti Natal, seperti yang dilakukan dengan "*Home Alone*".” (Informan I, 26 Juni 2024)

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai strategi dan diferensiasi stasiun televisi dalam mencapai target pasar yang bertujuan untuk mempertahankan pemirsanya berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut :

“Iya jadi setiap stasiun televisi idealnya memiliki *blueprint* atau rancangan yang mencakup target dan tujuan yang ingin dicapai. Beberapa stasiun televisi menyediakan berbagai jenis konten seperti berita, film, sinetron, dan variety show, sementara yang lain mengkhususkan diri dalam jenis konten tertentu. Misalnya, stasiun televisi berita seperti Metro TV, Kompas TV, TVOne, dan INews, fokus hampir sepenuhnya pada berita dan talkshow. Untuk mengisi kekosongan siaran, mereka mungkin juga menayangkan dokumenter, ulasan

politik, hukum, dan pemberitaan internasional. Selain itu, ada stasiun televisi seperti ANTV yang menegaskan fokusnya pada konten hiburan khusus India, menayangkan film Bollywood, kartun seperti Krisna dan Bima, sehingga penonton yang ingin menikmati konten India tahu harus menonton ANTV. Sementara itu, penonton yang mencari berita dapat memilih Kompas TV, INews, atau Metro TV, dan bagi mereka yang menyukai talkshow berbobot dengan diskusi argumentatif, bisa memilih Kompas TV atau TVOne. Setiap stasiun televisi memiliki kultur, blueprint, dan tujuan yang berbeda, yang menentukan arah dan strategi konten mereka. Diferensiasi ini membantu mereka mencapai target pasar yang spesifik dan memenuhi kebutuhan pemirsa yang beragam”. (Sumber Triangulasi, 09 Juli 2024)

4.3 Pembahasan

Berdasarkan informasi dari hasil wawancara dan observasi di Nusantara TV terhadap 3 Informan serta dengan triangulasi sumber. Setiap pertanyaan mengenai strategi penyiaran digital akan dianalisis atau dirangkum sesuai dengan fokus penelitian yaitu Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton. Tujuan penelitian meliputi aspek Kesesuaian (*Compatibility*), Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*), Pengontrolan Arus Pemirsa (*Control of Audience Flow*), Penyimpanan Sumber Program (*Conservation Of Program Resources*), Daya Tarik Pemirsa (*Breadth Appeal*). Pembahasan ini akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton

Dengan migrasinya televisi analog ke televisi digital, setiap stasiun televisi menerapkan strategi terbaru untuk tetap bersaing untuk meningkatkan minat penonton. Strategi ini mencakup pemilihan jadwal siaran atau pilihan jenis program berdasarkan target pemirsa, pembentukan kebiasaan pemirsa untuk tetap berada di saluran program, pengontrolan arus pemirsa, penyimpanan sumber program melalui evaluasi, dan mempertahankan daya tarik pemirsa. Menurut teori strategi penyiaran oleh (Susan Tyler Eastman, 2002:13-15), ada beberapa strategi untuk menarik dan mempertahankan pemirsa dalam menjalankan sebuah program, yaitu:

strategi kesesuaian (*compatibility*), pembentukan kebiasaan (*habit formation*), pengontrolan arus pemirsa (*control of audience flow*), penyimpanan sumber program (*conservation of program resources*), dan daya tarik pemirsa (*breadth appeal*).

Berdasarkan teori dari buku Susan Tyler Eastman, maka penulis menggunakan teori tersebut digunakan untuk mengetahui Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton untuk memastikan bahwa program yang di sajikan memiliki kualitas dan relevansi yang diharapkan, setiap tahap memiliki perannya sendiri dalam menyusun strategi penyiaran digital dalam meningkatkan minat penonton. Tahapan dalam Strategi Penyiaran Digital Nusantara TV dalam Meningkatkan Minat Penonton adalah sebagai berikut :

A. *Compatibility* (Strategi Kesesuaian)

Berdasarkan strategi kesesuaian menurut teori Susan Tyler Eastman yaitu program acara yang disusun berdasarkan kegiatan sehari – hari khalayak misal rutinitas seperti kapan mereka sarapan, kerja, istirahat dan sebagainya menjadikan acuan televisi dalam menjalankan program. Strategi Kesesuaian yang diterapkan oleh Nusantara TV, yaitu strategi pemilihan program yang sudah di jelaskan bahwa tipe program siaran yang harus menyesuaikan aturan semestinya media yang masuk lembaga penyiaran publik dan yang jelas harus bisa melayani informasi yang sangat dibutuhkan oleh publik atau masyarakat. Pemilihan program yang sangat masyarakat inginkan dan selalu berinovasi terkait isi program yang akan disampaikan ini sangat membantu sebuah informasi yang disampaikan program tersebut menjadi sangat beragam.

Hal yang kita lakukan dalam kesesuaian meningkatkan minat penonton adalah menyusun setiap program Nusantara TV selama 24 jam yang terdiri dari beberapa *genre* seperti anak-anak, berita, dokumenter, dan film. Namun kita melakukan kesesuaian meningkatkan minat penonton tidak melalui panduan tetapi melalui dengan melihat *competitor* televisi lain.

Sedangkan Muhammad Irsal selaku produser program Nusantara TV menambahkan bahwa hal yang pertama di lakukan berdasarkan strategi kesesuaian dalam meningkatkan minat penonton penyiaran Digital Nusantara TV adalah menentukan program mana yang pantas ditayangkan pada pagi hari, siang, sore atau malam hari.

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) mengenai strategi kesesuaian dalam meningkatkan minat penonton adalah sebagai berikut:

1. Ya pemilihan kapan tayang program dan pemilihan kapan program itu diklasifikasikan apakah pagi, siang, sore, malam. Yang pertama, dengan menyesuaikan jadwal kapan dan dimana penonton itu lebih banyak menghabiskan waktu didepan tv.
2. Yang kedua harus menyesuaikan kompetitor dengan mempertimbangkan target market, target penontonya seperti apa nih, kalo pagi biasanya di jam 04.30-06.30 WIB itu tuh targetnya generik, orangtua, remaja, anak-anak, dewasa itu disitu semua mulai dari konten ringan hingga berat. Dan kalo televisi yang regular itu mereka berfikir bahwa kompetitor adalah televisi berita, karena secara durasi itu mereka berlimpah jadi kita harus berfikir materi apa saja yang harus nendang yang paling bagus untuk bisa disuguhkan.

B. *Habit Formation* (Strategi Pembentukan Kebiasaan)

Pada stasiun televisi sendiri pembentukan kebiasaan terjadi karena para pemirsa sudah memiliki program unggulannya masing-masing. Dari banyaknya program unggulan seperti pemutaran acara news sampai dengan musik-musik barat, tentu memiliki jumlah pemirsa yang berbeda-beda. Pemirsa pasti akan terus *stay*/bertahan untuk menonton program siaran mereka berlangsung dengan terus menyiarkan program unggulan dari para pemirsa yang tentunya berbeda-beda setiap harinya, maka pemirsa akan mulai membentuk kebiasaan menonton program televisi kesukaan mereka dengan sendirinya (Ahmad Firdaus, 2023).

Menurut Jaffry Arisfiandi S selaku *Section Head Programming* Nusantara TV dalam strategi pembentukan kebiasaan berdasarkan strategi penyiaran digital Nusantara TV mengatakan bahwa :

1. Menilai seluruh episode program untuk melihat kualitas dan perubahan rating atau *share*-nya. Jika rating stabil atau naik, kita lanjutkan tetapi jika menurun, kita pertimbangkan penggantian program.
2. Penonton diklasifikasikan berdasarkan usia dan jenis kelamin, seperti anak-anak, remaja (12-25 tahun), dan dewasa (40 tahun ke atas). Klasifikasi ini membantu menentukan program yang sesuai, misalnya program berita kriminal mungkin lebih disukai pria dewasa atau remaja pria. Analisis ini penting untuk menentukan program yang ditayangkan. (Sumber Key Informan)

Sementara itu Muhammad Irsal selaku produser program Nusantara TV menambahkan dalam upaya untuk menjaga penonton agar tetap berada pada siaran program, produser perlu melakukan perbaikan seperti menentukan segmentasi tiap segmen serta publikasi dalam program, misalnya :

1. Segmen pertama tentang kriminal jalanan harus menarik dengan ilustrasi grafis atau data dari presenter.
2. Segmen kedua yang menarik dapat mendorong penonton untuk tetap menonton segmen berikutnya.
3. Selain itu, penggunaan media sosial dan aplikasi seperti Nusantara TV di *Playstore* dan *Appstore* membantu publikasi dan memenuhi kebutuhan publikasi digital. (Sumber Informan I).

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) Donny Kurniawan, M.I.Kom, menjelaskan mengenai setiap program yang tayang harus diulas dan dievaluasi untuk mengetahui kualitas dan masalah yang ada. Evaluasi positif berarti program minimal dipertahankan, sedangkan evaluasi yang bermasalah dicatat dan diatasi untuk siaran berikutnya. Evaluasi meliputi narasi, visual, *editing*, dan

kualitas audio. Stasiun televisi harus mempertimbangkan target usia penonton. Misalnya, Global TV menayangkan kartun Spongebob di pagi hari untuk menghibur anak-anak, meskipun umumnya stasiun lain menayangkan berita. Pendekatan ini membuat *rating* dan *share* Spongebob sering kali lebih tinggi dibandingkan program berita di waktu yang sama. (Sumber Triangulasi/Pengamat Media).

C. *Control of Audience Flow (Strategi Pengontrolan arus pemirsa)*

Sebuah penyiaran dikatakan berhasil apabila tetap eksis apabila setiap acara yang disiarkannya mempunyai penonton. Oleh karena itu, penting untuk memiliki strategi untuk mengatur aliran stasiun program agar penonton tidak berpindah ke stasiun yang lain. Hal ini dapat dicapai dengan membuat program yang berbeda dari yang lain atau dengan meniru program dari stasiun siaran lain namun dikemas dengan ciri khasnya masing-masing. (Susan Tyler Eastman, 2002:13-15)

Menurut Jaffry Arisfiandi S selaku *Section Head Programming* Nusantara TV dalam strategi pengontrolan arus pemirsa dengan menayangkan program-program yang menarik dan kreatif untuk mempertahankan penonton di saluran tersebut dan mencegah mereka beralih ke saluran lain yang mengatakan bahwa Strategi NTV untuk meningkatkan minat penonton melibatkan beberapa aspek sebagai berikut :

1. Pembuatan konten berkualitas tinggi, seperti program "Ko Bisa Viral" dan lagu-lagu dangdut.
2. Pemilihan variasi *genre* dangdut terus dikembangkan, dan respons pemirsa dievaluasi untuk mempertahankan atau menyesuaikan jadwal program. Setiap departemen menonton program pesaing dan memberikan masukan kritis untuk perbaikan.
3. Selain itu, NTV menggunakan layanan Nielsen untuk mengukur jumlah penonton dan memastikan efektivitas iklan yang dipasang.

Sementara itu Muhammad Irsal selaku produser program Nusantara TV menambahkan bahwa dalam pengontrolan arus pemirsa melalui beberapa aspek sebagai berikut :

1. Nusantara TV menggunakan layanan *rating* dan *share* dari AC Nielsen serta data *Minute by Minute* (MBM) untuk memantau kinerja program selama 24 jam dan menganalisis respons penonton secara mendetail. Informasi ini membantu produser dan tim pemrograman mengevaluasi dan meningkatkan konten. Konsistensi kualitas program dipertahankan melalui standar produksi tinggi dan pemeriksaan teratur oleh tim *quality control*.
2. Komunikasi efektif antara departemen juga dijaga untuk menghindari miskomunikasi yang dapat mempengaruhi kualitas program.

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) Donny Kurniawan, M.I.Kom yang menjelaskan mengenai stasiun televisi fokus pada isu terhangat untuk menarik minat penonton dalam program berita. Konsistensi dalam mengulas isu-isu ini penting untuk mempertahankan penonton serta redaksi memantau dan menyusun berita dengan cermat, memilih antara berita penting seperti bencana atau kebakaran. Jika ada kekurangan materi, tim liputan segera membantu proses kontrol dan pengawasan memastikan standar kualitas terpenuhi, yang penting untuk menjaga citra dan reputasi stasiun dalam hal *rating* dan *share*.

D. *Conservation Of Program Resources* (Strategi Penyimpanan sumber program)

Strategi ini berarti program-program berikutnya yang telah dibuat dan didistribusikan sebelumnya dapat digunakan kembali dalam kemasan baru. Tujuannya adalah untuk mempersingkat waktu pembuatan program. Penyimpanan sumber daya program ini dimaksudkan agar program tersedia pada suatu waktu tertentu. Namun tentu saja jenis penyajiannya berbeda-beda. Karena waktu siaran

berlangsung terus menerus sepanjang hari, maka ketersediaan materi dan sumber daya lain untuk mendukung program harus diperhatikan termasuk mengemas ulang materi dengan pendekatan dan metode penyajian yang berbeda. (Sarinah et al., 2021)

Menurut Jaffry Arisfiandi S selaku *Section Head Programming* Nusantara TV dalam strategi penyimpanan sumber-sumber program mengatakan peran sebagai Penanggung jawab jadwal siaran dengan melibatkan beberapa aspek sebagai berikut :

1. Mempertimbangkan analisis kompetitor, konten, dan kualitas untuk menetapkan program yang layak ditayangkan, serta terus melakukan *review* guna meningkatkan *rating* dan *share*.
2. Perannya penting dalam evaluasi program untuk memastikan peningkatan penonton melalui kerjasama dengan kontributor seperti VOA dan *Reuters* melibatkan evaluasi konten sebelum tayang. Untuk konten yang tidak siaran langsung, semua perangkat harus dalam kondisi baik.
3. Infrastruktur utama dan cadangan disediakan untuk siaran langsung. Pengiriman materi menggunakan *fiber optic* sebagai pilihan utama dan satelit sebagai backup untuk memastikan kelancaran.

Sementara itu Mathias Maxi Ardito selaku Editor Nusantara TV menambahkan bahwa proses *review* dalam produksi televisi sangat bergantung pada waktu. Editor mereview hasil editannya jika ada waktu, namun tugas utama *review* tetap ada pada produser. Setelah editor selesai mengedit, produser meninjau dan menyetujui hasilnya sebelum diekspor ke bagian *programming*. Editor fokus pada aspek teknis, menghadapi kendala seperti *retake voice over* dan masalah teknis dalam berita sedangkan produser memastikan kesesuaian dengan naskah dan gambar. Meski editor bisa memberi saran kreatif, mereka umumnya mengikuti arahan produser yang bertanggung jawab atas keseluruhan tayangan.

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) Donny Kurniawan, M.I.Kom yang menjelaskan review program adalah cara untuk membandingkan dengan media lain. Dulu, eksklusivitas berita lebih umum, tetapi sekarang media sering berbagi berita sehingga program TV memiliki konten yang mirip. Evaluasi kompetitor tidak seketat dulu. Perencanaan komprehensif dalam siaran langsung sangat penting, mencakup pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Keandalan sinyal *fiber optic* dan strategi backup diperlukan untuk memastikan kelancaran siaran dan mengatasi potensi masalah teknis dengan rencana alternatif.

E. *Breadth Appeal* (Strategi Daya Tarik Pemirsa)

Strategi ini mengharuskan para pelaku siaran untuk menarik perhatian khalayaknya serta mempertahankan pemirsanya mengacu pada upaya penyiaran untuk menjangkau sebanyak mungkin pemirsa dengan menciptakan konten yang memiliki daya tarik universal. Strategi daya tarik sangat penting diperhatikan karena stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan maksimal dengan menarik minat penonton. Untuk itu, televisi harus mampu mengemas program siaran secara menarik dan sesuai dengan kebutuhan penonton, seperti yang diungkapkan oleh Susan Tyler Eastman tentang strategi daya tarik massa. Konten siaran yang berisi informasi ringan yang disampaikan dengan gaya siaran yang energik dan kreatif sangat berpengaruh dan menjadi daya tarik tersendiri bagi pemirsa. (Ferginia et al., 2016)

Menurut Jaffry Arisfiandi S selaku *Section Head Programming* Nusantara TV dalam strategi daya tarik pemirsa mengatakan bahwa strategi ini penting bagi kami dalam memantau kompetitor di industri televisi yang beragam untuk mengontrol daya Tarik pemirsa setiap programnya melalui beberapa aspek yaitu sebagai berikut :

1. Setiap stasiun televisi memiliki strategi unik, baik itu fokus pada berita, acara anak-anak, atau film. NTV menyajikan berbagai jenis konten seperti film, berita, dan dokumenter. Kami harus

mempertahankan popularitas program agar banyak ditonton pemirsa, yang penting untuk meningkatkan pendapatan iklan dan memastikan konten tetap menarik dan inovatif.

2. Selain itu, jangkauan siaran menjadi faktor kunci dengan 15 saluran di kota-kota seluruh Indonesia serta platform seperti IndiHome, MyRepublic, dan Vidio.com. Fokus pada pengembangan konten menarik dan ekspansi jangkauan siaran diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar kami di industri televisi.

Sementara itu Muhammad Irsal selaku produser program Nusantara TV menambahkan bahwa dalam industri televisi, evaluasi rutin terhadap performa program sangat penting. Jika program seperti acara kriminalitas memiliki penonton yang kurang memuaskan, program tersebut akan ditarik dan digantikan dengan yang lebih menarik, seperti berita terbaru. Stasiun televisi juga menerapkan berbagai strategi *programming*, seperti diantaranya sebagai berikut :

1. *day parting*, strategi perencanaan yang membagi hari ke dalam slot waktu tertentu untuk menayangkan program sesuai dengan target audiens pada waktu tersebut.
2. *bridging*, strategi ini mencegah audiens berpindah kanal selama jeda waktu utama di malam hari ketika semua stasiun berhenti menayangkan program.
3. *theming* yaitu mengatur jadwal tayang khusus untuk jenis program tertentu, seperti film "*Home Alone*" yang ditayangkan saat liburan Natal.
4. *stripping*, yaitu penayangan satu program sindikasi jenis series setiap hari dalam seminggu.
5. *stacking*, teknik ini mengelompokkan program dengan tema mirip untuk mempertahankan penonton dari satu program ke program berikutnya.

6. *counterprogramming*, merancang program tandingan pada periode tayang tertentu untuk menarik audiensi dari stasiun penyiaran pesaing.
7. *tentpoling*, merencanakan slot waktu program baru sebelum dan setelah program unggulan dengan audiensi besar.
8. *hammocking*, menempatkan program baru di antara dua program unggulan dengan audiensi besar untuk memberikan kesempatan audiensi melihat cuplikannya.
9. *crossprogramming*, memilih jenis program dalam urutan jadwal yang memiliki relevansi tema dengan program sebelumnya, berdasarkan evaluasi jalan cerita dari dua episode atau program berbeda.
10. *Hotswitching*, menentukan jeda komersial dengan tepat untuk mencegah audiensi berpindah ke kanal lain selama jeda iklan.

Adapun berdasarkan pernyataan Triangulasi (Pengamat Media) Donny Kurniawan, M.I.Kom yang menjelaskan bahwa setiap stasiun televisi idealnya memiliki *blueprint* yang mencakup target dan tujuan yang ingin dicapai. Beberapa stasiun televisi menyediakan berbagai jenis konten seperti berita, film, sinetron, dan *variety show*, sementara yang lain mengkhususkan diri pada jenis konten tertentu. Misalnya, stasiun televisi berita seperti Metro TV, Kompas TV, TVOne, dan INews fokus hampir sepenuhnya pada berita dan talkshow, serta menayangkan dokumenter, ulasan politik, hukum, dan pemberitaan internasional untuk mengisi kekosongan siaran. Penonton yang mencari berita dapat memilih Kompas TV, INews, atau Metro TV, sementara mereka yang menyukai talkshow berbobot dengan diskusi argumentatif bisa memilih Kompas TV atau TVOne. Setiap stasiun televisi memiliki kultur, *blueprint*, dan tujuan yang berbeda, yang menentukan arah dan strategi konten mereka. Diferensiasi ini membantu mereka mencapai target pasar spesifik dan memenuhi kebutuhan pemirsa yang beragam.