

Strategi Kreatif Dalam Memproduksi Tayangan Magazine Show Di Televisi

Nurul Wulan¹⁾, Syaifuddin²⁾

Ilmu Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta Timur 13210

¹⁾nurulwulan11@gmail.com

²⁾syaifuddin.sayuti@kalbis.ac.id

Abstract: *The success of a program is determined from the strategy pursued in it. That also used by iNewspiration team in giving best quality for the shows. iNewspiration is a program of events Magazine Show, which presents information about the tourist attractions and culinary highlights of the various regions in Indonesia. In this research, the researches used a SOP (Standard Operational Procedure) to know production process and SWOT analysis to determine program strategies. The research is using qualitative type with a descriptive method to understand and know deeply about the strategy that are use by iNewspiration by collecting the data as much as they can. To achieve the mentioned data, the researches conduct interview with five human resources that are part of the iNewspiration. It can be conclude that the strategy being used by iNewspiration team, is to provide a concept that are unique, interactive and up to date, in broadcasting its programs, such as recreational sites, and culinary market that exist in Indonesia, and has become a place of choice to do a taping process.*

Keywords: *creative strategy, inewspiration, inewstv, magazine show, sop, swo.*

Abstrak: *Keberhasilan suatu program acara ditentukan dari strategi yang dilakukan di dalamnya. Hal tersebut juga dilakukan oleh tim iNewspiration dalam memberikan acara yang berkualitas. iNewspiration merupakan program acara Magazine Show yang menghadirkan informasi mengenai tempat wisata dan kuliner yang menarik dari berbagai daerah di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SOP (Standard Operational Procedure) untuk mengetahui proses produksinya dan analisis SWOT untuk mengetahui strategi program. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan metode deksriptif untuk memahami dan mengetahui secara mendalam mengenai strategi yang digunakan iNewspiration melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan lima informan yang merupakan tim iNewspiration. Dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan tim iNewspiration memberikan konsep ide yang menarik, unik, dan terbaru dalam penayangan programnya seperti tempat-tempat wisata dan kuliner yang ada di Indoensia menjadi salah satu pilihan untuk melakukan proses taping.*

Kata kunci: *inewspiration, inewstv, magazine show, sop, strategi kreatif, swot.*

I. PENDAHULUAN

Media televisi di Indonesia adalah salah satu meida massa yang berkembang pesat dari tahun ke tahun. Menurut Mabruhi (2010), televisi merupakan media komunikasi modern yang menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu. Perencanaan dalam memproduksi program televisi merupakan syarat utama untuk menghasilkan program yang fokus, ceritanya nyaman dinikmati, dan proses eksekusinya berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Menurut Naratama dalam Fachrudin (2015: 69), format acara televisi adalah rencana dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi sesuai dengan

tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Dalam perkembangannya, televisi swasta menawarkan berbagai format acara sehingga membuat lembaga penyiaran bersaing untuk menampilkan beragam bentuk program acara yang menarik agar pemirsa yang menjadi target pasar menyukainya.

Industri pertelevisian merupakan industri kreatif yang setiap harinya menghadirkan ide dan karya yang baru serta berbeda. Karena itu agar mampu bertahan, sebuah program harus memiliki strategi yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan industri televisi. Hal tersebut akan berkaitan dengan adanya faktor *rating* dan *share*. Panjaitan dan Iqbal (2006: 21), hasil *rating* dari Nielsen *Media Research* (NMR) ternyata menunjukkan bahwa pemirsa televisi hanya

sering menonton program acara dengan *genre-genre* tertentu seperti *genre* nondrama.

Dalam penelitian ini peneliti memilih stasiun televisi iNewsTV karena ingin memperkenalkan program-program yang ditayangkan oleh iNewsTV yang mungkin belum banyak dikenal masyarakat. Jika dilihat dari namanya, masyarakat akan memiliki asumsi bahwa program-program yang ditayangkan iNewsTV akan bersentuhan dengan *news* (berita). Padahal tidak semua yang ditayangkan iNewsTV memiliki unsur berita, tetapi ada juga yang menghibur.

Salah satu program acara yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah program yang memiliki format acara *Magazine Show* (Majalah Udara) yang ditayangkan di iNewsTV. Awalnya, program ini bernama Sofa Merah yang merupakan singkatan dari “Sosok Favorit Memberikan Rahasia”. program ini ditandai sebuah ikon sofa berwarna merah dengan menghadirkan sosok yang memiliki kisah inspiratif dan bermanfaat untuk orang lain serta memberikan pengetahuan dan inovasi baru kepada masyarakat.

Description (grouped)	Date	Target Market	MF 15+ UM 8 Market	
			TVR	TVS (DSHR %)
SOFA MERAH	10/05/2015	Sunday	0.11	0.88
	17/05/2015	Sunday	0.08	0.70
	14/06/2015	Sunday	0.03	0.27
	21/06/2015	Sunday	0.04	0.26
	28/06/2015	Sunday	0.05	0.39
	12/07/2015	Sunday	0.15	1.63
	02/08/2015	Sunday	0.03	0.22
	09/08/2015	Sunday	0.06	0.62
	16/08/2015	Sunday	0.06	0.47
	23/08/2015	Sunday	0.07	0.59
	30/08/2015	Sunday	0.04	0.36
	13/09/2015	Sunday	0.07	0.57
	20/09/2015	Sunday	0.10	0.82
	27/09/2015	Sunday	0.07	0.58
	11/10/2015	Sunday	0.04	0.38
	18/10/2015	Sunday	0.05	0.37
	25/10/2015	Sunday	0.11	0.81
	01/11/2015	Sunday	0.03	0.23
	15/11/2015	Sunday	0.13	1.01
	22/11/2015	Sunday	0.06	0.44
29/11/2015	Sunday	0.14	1.02	

Gambar 1 Rating dan Share Sofa Merah

Pada gambar 1 diatas menunjukkan bahwa *rating* yang didapat Sofa Merah belum memenuhi pencapaian target yang diinginkan. Hal tersebut terjadi karena kurangnya peminatan audiens terhadap tayangan Sofa Merah, dimana program tersebut terlalu monoton, pembawaannya terlalu pasif dan terlalu banyak dialog sehingga membuat audiens menjadi bosan. Menurut Eksekutif Produser, pada jam penayangan Sofa Merah (Minggu, 11.03 WIB) pemirsa di televisi lebih membutuhkan tayangan yang aktif, dinamis, penuh aksi, gerakan, ceria dibandingkan dengan program yang cukup berat dan menguras pikiran karena program acara yang berat sudah mereka dapatkan di *weekdays*.

Berdasarkan hal tersebut, kini Sofa Merah pun berganti nama menjadi program acara iNewspiration yang lebih mengedepankan konsep acara wisata dan kuliner dengan jam tayang yang sama yaitu

setiap hari Minggu, pukul 11.03 WIB di iNewsTV. iNewspiration dibawakan oleh seorang *host* yaitu Lisa Anggora dan dikemas dengan gayanya yang unik, petualangan, dan partisipatif. iNewspiration itu sendiri diproduksi dengan proses *taping*. *Taping* ialah kegiatan merekam adegan dari naskah menjadi bentuk *audio video* (Latief & Utud, 2015: 152). Untuk mencapai proses *taping* ini ada berbagai tahap yang harus diselesaikan terlebih dahulu, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

Kesuksesan yang dibuat oleh tim iNewspiration melalui tahapan yang penuh tantangan karena sulit untuk menarik khalayak sehingga membutuhkan perjuangan untuk menaikkan *rating*. Dalam membuat program *magazine* harus memiliki perencanaan yang matang dan memperhatikan apa yang dibutuhkan audiens. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui strategi kreatif apa yang digunakan tim iNewspiration dalam memproduksi program acaranya agar diterima dan dikenal audiens.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana strategi kreatif program yang dijalankan pada program acara iNewspiration di iNewsTV?”. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif program yang dijalankan pada program acara iNewspiration di iNewsTV.

II. METODE PENELITIAN

1. Paradigma Penelitian

Paradigma berarti di sisi model, sesuatu yang menampakkan pola, model atau contoh (Pujileksono, 2015: 26). Dalam uraian yang lebih sederhana, paradigma penelitian merupakan sudut pandang peneliti dalam memandang realitas yang diteliti. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme.

Pujileksono (2015: 28) menjelaskan bahwa konstruktivisme merupakan paradigma penelitian yang melihat suatu realita dibentuk oleh berbagai macam latar belakang sebagai bentuk konstruksi realita tersebut. Realita yang dijadikan sebagai objek penelitian merupakan suatu tindakan sosial oleh aktor sosial. Penelitiannya mempertanyakan ‘mengapa’ (*why*).

2. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai “Strategi Kreatif dalam Memproduksi Program Acara iNewspiration di iNewsTV” dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan

untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi guna meningkatkan pemahaman kita pada suatu topik. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam.

Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang atau perspektif subyek atau partisipan. Bogdan dan Guba berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Suharsaputra, 2014: 182).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini sesuai dengan fokus penelitian ingin memahami dan mendeskripsikan secara mendalam melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya mengenai strategi kreatif yang terdapat pada program iNewspiration.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti ialah deskriptif yang bertujuan untuk memecahkan masalah aktual yang dihadapi sekarang dan bertujuan mengumpulkan data atau informasi untuk disusun, dijelaskan dan dianalisis (Pujileksono, 2015: 20-21).

Metode deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan, kemudian peneliti baru mendata sepiantas mengenai informasi yang diperolehnya (Gunawan, 2013: 107).

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Moleong, 2002: 6). Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

4. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah program acara *magazine show* iNewspiration yang tayang pada setiap hari Minggu pukul 11.03 WIB di iNewsTV. Penelitian ini dilakukan di gedung MNC Plaza yang berlokasi di Jalan Kebon Sirih Raya 17-19 Jakarta Pusat 10340 Indonesia.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013: 137). Data primer dilakukan untuk memperoleh informasi dari para *informan* mengenai strategi kreatif yang

digunakan kru iNewspiration dalam memproduksi program acaranya yang dilakukan melalui kegiatan pengamatan (observasi) dan wawancara mendalam.

Cartwright Herdiansyah (2010: 209) mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Adapun observasi yang dilakukan yaitu dengan mengamati secara langsung di lapangan mengenai proses produksinya sehingga dapat mengetahui strategi yang digunakannya. Selain melakukan kegiatan observasi, peneliti juga melakukan kegiatan wawancara secara mendalam. Kegiatan wawancara mendalam ini berguna untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan tim iNewspiration dalam memproduksi program acaranya.

Wawancara dilakukan secara tidak berstruktur yang bersifat lebih luwes dan terbuka, artinya wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2013: 140). Wawancara ini dilakukan secara lisan dengan 1 *key informan* (produser) dan 4 *informan* (eksekutif produser, asisten produser, *cameraman*, dan editor).

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2013: 137).

Adapun data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu: (1) Studi kepustakaan dengan membaca, mempelajari, serta mengutip data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas oleh peneliti; dan (2) Studi dokumen dengan melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari iNewspiration dan data tersebut merupakan data yang digunakan dalam program iNewspiration, seperti *rating share* iNewspiration & Sofa Merah, *performance* audiens iNewspiration, foto, dll.

6. Teknik Pemilihan Key Informan dan Informan

Menurut Nanang Martono (2015: 117-118) bahwa *key informan* atau informan kunci merupakan *informan* yang menjadi sumber informasi utama dalam proses penelitian. *Key informan* digunakan sebagai sumber informasi mengenai berbagai topik. Secara praktis, pemilihan *key informan* tidak mungkin dilakukan secara acak, peneliti harus menentukan kriteria orang yang layak menjadi *key informan*.

Sedangkan pengertian *informan* menurut Nanang Martono (2015: 120) merupakan orang yang

memberikan penjelasan atau informasi secara rinci dalam proses penelitian. Sedangkan menurut Lexy Moleong (2002: 90), *informan* adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian. Dengan demikian *informan* merupakan orang yang dianggap peneliti termasuk orang yang ikut berperan besar. Penentuan *informan* dilakukan dengan memilih orang-orang yang dianggap lebih memahami proses produksi iNewspiration dan memiliki data-data yang relevan.

Dalam penelitian ini *key informan* dan *informan* yang dapat dipercaya dan memenuhi syarat untuk memberikan data dan informasi yang dibutuhkan terkait strategi kreatif kru iNewspiration dalam memproduksi program acaranya ialah: (1) *Key Informan*. Aryanav Karim Purnama selaku produser program acara iNewspiration bertugas dan bertanggung jawab atas seluruh jalannya proses produksi dari praproduksi, produksi, pascaproduksi program; (2) *Informan I*. Gede Satria selaku eksekutif produser program acara *magazine show* bertugas dan bertanggung jawab terhadap pengembangan dan pembuatan ide dalam program acara *magazine show*; (3) *Informan II*. Andi Yunia Miranti selaku asisten produser bertugas dan bertanggung jawab membantu produser dalam menyiapkan praproduksi program, produksi program, hingga pascaproduksi program iNewspiration; (4) *Informan III*. Putera Iksan selaku camera person bertugas dan bertanggung jawab dalam mengoperasikan kamera untuk mengambil atau menata seluruh gambar yang diperlukan dalam proses produksi sesuai perintah produser atau asisten produser; dan (4) *Informan IV*. Reno Satria Prabowo selaku editor bertugas dan bertanggung jawab pada tahap post production (pascaproduksi) dengan cara menyunting gambar dari gambar mentah hasil proses produksi menjadi gambar yang siap tayang di televisi.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data, menurut Patton (1980) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian (Moleong, 2002: 103). Setiap langkah dalam menganalisis data kualitatif melalui beberapa tahapan, menurut Miles & Huberman ada empat tahapan yang harus dilakukan (Herdiansyah, 2010: 164-180).

1. Pengumpulan Data. Proses pengumpulan data pada penelitian kualitatif tidak memiliki segmen

atau waktu tersendiri, melainkan sepanjang penelitian yang dilakukan proses pengumpulan data dapat dilakukan. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui Observasi dan Wawancara mendalam dengan satu *key informan* dan empat *informan*.

2. Reduksi Data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2007: 92). Inti dari reduksi data yang diperoleh proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil dari wawancara diubah menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing.

3. Tahap *display* data. Tahap ini merupakan tahap pengolahan data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan sudah memiliki alur tema yang jelas ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikategorikan serta memecah tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana.

4. Kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap terakhir dalam rangkaian analisa data kualitatif. Kesimpulannya menjurus kepada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan sebelumnya dan mengungkap “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan mereduksi atau merangkum data dari hasil wawancara yang telah dilakukan. Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis (Herdiansyah, 2010: 165).

Dengan demikian data yang telah direduksi akan mempermudah peneliti untuk melakukan analisis dengan menggunakan analisis SWOT. Rachmat (2014: 284-285), mengatakan SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar dan strategi yang menyajikan kombinasi terbaik di antara keempatnya. Setelah diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, perusahaan dapat menentukan strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengambil peluang-peluang yang ada, sekaligus memperkecil atau mengatasi kelemahan

yang dimilikinya untuk menghindari ancaman yang ada. Assauri (2011: 81) mengatakan bahwa analisis SWOT sebenarnya juga merupakan alat untuk mengidentifikasi, apakah keputusan strategik yang telah diambil atau ditetapkan sudah tepat atau tidak. Pilihan strategi didasarkan atas kecocokan perhitungan bobot dan *rating* analisis swot (Rangkuti, 2015: 9).

8. Keabsahan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang diperoleh dengan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Maka dari itu, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan melakukan kegiatan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Kriyantono, 2006: 72).

Selain triangulasi sumber, peneliti juga mengadakan *member check*. Hal tersebut dilakukan dengan membuat surat pernyataan *informan* yang berisikan bahwa peneliti sudah melakukan wawancara kepada narasumber dengan bukti-bukti yang kuat. Peneliti meminta narasumber untuk menandatangani surat pernyataan tersebut agar lebih otentik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dapat dibahas dan dianalisis mengenai beberapa hal yang dilakukan kru iNewspiration dalam memproduksi program acaranya. Peneliti menganalisis dengan menghubungkan teori yang relevan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam menjawab permasalahan tersebut peneliti melihatnya berdasarkan analisis SWOT yang terdapat dalam program iNewspiration yang terdiri dari *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dalam hal tersebut, langkah yang dilakukan tim iNewspiration untuk menentukan strategi kreatif dalam memproduksi program acaranya dilakukan dengan acara sebagai berikut:

A. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti meliputi proses produksi yang dilakukan tim iNewspiration sehingga dapat ditemukan keunggulan dan kelemahan yang terdapat dalam program iNewspiration untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakannya. Selain itu peneliti juga menanyakan pesaing dari program iNewspiration (data eksternal).

Dimana keunggulan dari program yang menjadi pesaingnya dapat menjadi ancaman dan sebaliknya kelemahannya pun dapat menjadi peluang program iNewspiration.

Data Internal (iNewspiration)

a. Kekuatan Program. Dapat memberikan informasi kepada audiens dengan tujuan mengedukasi mengenai wisata dan kuliner Indonesia, menjadi refrensi terhadap peminatan audiens untuk mencoba menikmati wisata dan kuliner Indonesia, Interaksi antara *host* dengan narasumber membuat audiens menjadi lebih mengerti, pemilihan waktu jam tayang yang tepat, program acaranya variatif (tidak membosankan), penentuan segmentasi dengan *gimmick* dan tips-tips yang diberikan kepada audiens agar setiap orang yang menonton merasa terhibur.

b. Kelemahan Program. Secara visual belum cukup kaya dalam hal teknis, kurangnya ketersediaan alat dalam setiap produksi (drone, kamera aksi, kamera *underwater*, kamera *arealview*), kurang melakukan promosi program, waktu yang diperoleh tim editor terlalu sempit dalam mengedit hasil liputan dengan *stockshoot* gambar yang terlalu banyak, keterbatasan biaya produksi, belum memiliki kru kreatif tersendiri.

Data Eksternal (Sofa Merah)

a. Kekuatan Program. Secara visual lebih berperan dengan tampilan *features* atau profil dari narasumber yang dinamis dengan tata fotografi serta penempatan alur cerita yang disesuaikan dengan gambar yang ditampilkan, memberikan informasi kepada audiens yang menginspirasi, inovatif, edukatif, informatif mengenai aktivitas, kegiatan sosial, dan bisnis yang dijalankan narasumber, menghadirkan sosok yang memberikan inspirasi di bidang sosial atau bisnis yang dijalankan narasumber, penentuan lokasi liputan yang eksotik membuat audiens.

b. Kelemahan Program. Format dialog yang membuat audiens cepat merasa bosan terhadap tayangan tersebut, kurangnya SDM yaitu tidak memiliki *host* yang berkualitas untuk berdialog sehingga interaksi terlalu pasif, pemilihan waktu jam tayang yang kurang tepat, keterbatasan biaya produksi, tidak memiliki kru kreatif tersendiri.

B. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikategorikan oleh peneliti sesuai dengan kekuatan dan kelemahan dari data internal (iNewspiration) dan data eksternal (Sofa Merah), maka langkah selanjutnya ialah data yang telah dikumpulkan dan dikategorisasikan tersebut

dapat dianalisa dengan IFAS (Internal Faktor Strategi) dan EFAS (Eksternal Faktor Strategi) sebagai berikut:

1. Analisa Data Internal (Faktor Strategi Internal) iNewspiration:

Strength (kekuatan). Memberikan informasi yang mengedukasi mengenai wisata dan kuliner kepada audiens, menjadi refrensi terhadap peminatan audiens untuk menikmati wisata dan kuliner yang ada di Indonesia, interaksi antara *host* dengan narasumber membuat audiens mudah mengerti, pemilihan waktu jam tayang yang tepat, programnya tidak membosankan dan tidak monoton, adanya *gimmick-gimmick* dan tips-tips yang diberikan kepada audiens agar setiap orang yang menonton merasa terhibur, penggunaan sosial media yang dijadikan sebagai parameter atau acuan program, dapat membentuk opini penonton.

Weakness. Belum memiliki alat produksi yang lengkap, kurang melakukan promosi, waktu yang diperoleh tim editor terlalu sempit dalam mengedit hasil liputan dengan ketersediaan gambar yang terlalu banyak, keterbatasan biaya liputan, tidak memiliki kru kreatif tersendiri.

2. Analisa Data Eksternal (Strategi Eksternal) Sofa Merah

Opportunity. Format dialog dalam program Sofa Merah membuat audiens cepat merasa bosan terhadap tayangan tersebut, program Sofa Merah belum memiliki *host* yang *qualified* (berkualitas) untuk berdialog sehingga interaksinya menjadi pasif dan membuat acara menjadi monoton, pemilihan waktu jam tayang yang tidak tepat.

Threats. Secara visual Sofa Merah lebih berperan dengan tampilan *features* atau profil dari narasumber dengan tata fotografi. Sofa Merah menghadirkan sosok yang menginspirasi kepada audiens di bidang sosial atau bisnis yang dijalankan narasumber, penentuan lokasi yang eksotik membuat audiens terbuai dan menjadikan tayangan yang enak ditonton.

C. Hasil Analisis Data SWOT

Berdasarkan analisa di atas, maka dapat diketahui perencanaan strategi yang dilakukan program acara iNewspiration. Perencanaan tersebut dilakukan dengan mengamati kelemahan yang terdapat pada program acara Sofa Merah, dimana kelemahan tersebut dapat menjadi peluang bagi program iNewspiration. Selain itu, kekuatan dari program Sofa Merah merupakan sebuah ancaman untuk program iNewspiration.

Maka dari itu dalam menghadapi ancaman tersebut, tim iNewspiration melakukan perencanaan dengan baik. Hal tersebut dilakukan oleh kru dengan *mererepackaging* (mengemas ulang) program Sofa Merah menjadi program iNewspiration. Dimana kelemahan yang terdapat pada program Sofa Merah dapat menjadi peluang bagi program iNewspiration untuk menghasilkan program yang lebih banyak dinikmati oleh audiensnya, salah satunya dengan melakukan perubahan konsep dari dialog menjadi lebih berpartisipatif dengan jam tayang yang sama di hari Minggu pukul 11.03 WIB.

Tidak adanya perubahan dalam waktu penayangan program dari Sofa Merah menjadi iNewspiration karena berdasarkan hasil riset kepemirsaaan pada jam tersebut pemirsa di televisi lebih membutuhkan dan menyukai tayangan yang aktif, dinamis, penuh aksi, gerakan, ceria. Hal ini dibandingkan dengan program sebelumnya yang terlalu monoton, pasif, berat, dan cukup menguras pikiran karena program acara yang berat sudah mereka dapatkan di *weekdays*. Selain itu pada jam tersebut merupakan waktu yang cukup baik untuk mempromosikan program acara kuliner dan wisata sehingga dapat menjadi refrensi bagi audiens yang menonton untuk menikmatinya.

Tujuan yang ingin dicapai dari program iNewspiration ialah meningkatkan hasil *rating* dan *share* dalam memproduksi sebuah program.

Programme	Day	Date	Start Time	End Time	TVR	DSHR
INEWS PIRATION	Sunday	21/02/2016	11:00	11:29	0,08	0,62
Summary INEWS PIRATION					0,08	0,62
Programme	Day	Date	Start Time	End Time	TVR	DSHR
INTERMEZZO	Monday	Monday	10:02	10:59	0,10	0,87
INTERMEZZO	Tuesday	Tuesday	10:04	10:59	0,23	2,27
INTERMEZZO	Wednesday	Wednesday	10:03	10:59	0,09	0,83
INTERMEZZO	Thursday	Thursday	10:02	10:59	0,07	0,71
INTERMEZZO	Friday	Friday	10:02	10:59	0,11	1,06
Summary INTERMEZZO					0,12	1,14

Gambar 2 Hasil Share dan Rating iNewspiration

Pada gambar 2 tersebut menunjukkan bahwa di awal penayangannya, iNewspiration hanya mendapatkan *rating* (0,08) dan *share* (0,62). Maka dari itu, dalam membangun tujuan tersebut diperlukan adanya perbaikan agar audiens yang menjadi target memiliki peminatan dalam program iNewspiration. Rencana strategi yang dilakukan program iNewspiration yaitu dengan memfokuskan pada kelemahan internalnya. Khususnya dalam penambahan alat produksi untuk mendukung jalannya produksi agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan melakukan promosi sebanyak-

V. DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, F. (2011). *Strategi Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Lembaga Management FEUI.
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: Andi.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Latief, Y. (2015). *Siaran; Televisi Nondrama Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana.
- Mabruri, A. (2010). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Nondrama, News, & Sport*. Depok: Mind 8 Publishing House.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Panjaitan, L. & Iqbal, D. (2006). *Matinya Rating Televisi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan Ke-18*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PPT Refika Aditama.