

ABSTRACT

The broadcasting industry of Indonesia is going to show the huge development. Most of television stations have been coming up with any kind of TV Programs particularly entertainment programs.

NET as one of the new TV station in Indonesia established on Mei, 18th 2013, has been giving entertainment program which is fresh, innovative and also very interesting called 'INI Talk Show'. This two hours program present the talkshow format completed by comedy without lacking the informative and educative contents. This program has been getting the positive response of citizen. For instance on Twitter, the quiz which they held everyday on Twitter mostly always hit the trending topic in Indonesia even Worldwide. Moreover, according to Nielsen data about share and rating, this program has been increasing gradually time by time.

Therefore, the author interested to find out the program strategy of 'INI Talk Show'. Because the author does believe that the program strategy is the key of succesful TV programs.

This study uses the descriptive method by interview and observation technique to find out the program strategy based on Morissan's concept from planning, production, execution, to evaluation. They started a planning by analyzed the audience for TV primetime, found out the best concept, then created a pilot project, schedulling and prepare for production. Production devided into three parts there are pre production, production, and post production handled by production team. For the execution, this program using stripping strategy to grab the audience as much as possible. For the last, evaluation regulary held daily on chat application, weekly on Friday, monthly, and Yearly.

Keyword : program, televisi, talkshow, produksi

ABSTRAK

Industri Penyiaran di Indonesia kini semakin menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Banyaknya stasiun televisi yang hadir membuat program televisipun semakin beragam terutama program-program yang ber-*genre* hiburan.

NET. sebagai salah satu stasiun televisi baru di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 18 Mei 2013, telah menunjukkan upayanya memberi program-program hiburan yang *fresh*, inovatif, dan sangat menghibur. Salah satunya adalah program 'INI Talk Show'. Program yang berdurasi dua jam ini mempersembahkan format *talkshow* yang dilengkapi dengan nuansa komedi tanpa mengurangi unsur informatif dan edukatif. Program ini telah mendapatkan respon positif dari masyarakat. Diantaranya melalui kuis *Twitter* yang hampir setiap hari meraih *trending topic* Indonesia bahkan mendunia. Selain itu, dilihat dari data riset Nielsen pun menunjukkan bahwa *share rating* program ini cenderung mengalami kenaikan secara bertahap dari awal kemunculannya hingga kini.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti strategi program dari 'INI Talk Show' di NET. karena penulis meyakini bahwa sebuah strategi program adalah kunci dari kesuksesan program televisi itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi yang bertujuan untuk mencari tahu strategi programnya berdasarkan konsep Morisan yang meliputi perencanaan, produksi, eksekusi hingga evaluasi. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu perencanaan program meliputi analisis audien di jam *primetime*, menentukan konsep program keseluruhan, membuat *pilot project* dan *schedulling* serta prepare untuk tahap produksi. Tahap produksi dihandle oleh tim produksi yang terbagi dalam pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Sementara untuk eksekusinya program ini menggunakan strategi *stripping* untuk mendapatkan audiens sebanyak mungkin. Tahap evaluasi sendiri rutin dilakukan secara berkala baik itu harian melalui aplikasi obrolan, mingguan setiap hari Jumat, bulanan, hingga evaluasi tahunan.

Kata Kunci: program, televisi, *talkshow*, produksi