

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Strategi perencanaan program 'INI TALKSHOW' diawali dari menentukan target sasaran yang dituju di jam tayang *primetime* yaitu dari SES A, B, C, D. Untuk rentang usianya sendiri menjangkau semua kalangan, khususnya remaja putra yang memiliki aktivitas tinggi di media sosial *twitter*. Selanjutnya proses mengumpulkan ide/gagasan mengenai konsep program yang akan dibuat. Setelah konsep beserta rundown awal siap kemudian membuat *pilot project* dan di-*preview* direksi. Setelah mendapat persetujuan dari direksi maka dilakukan pembagian tim dan produser merinci anggaran produksi serta koordinasi *schedulling* dengan tim *Programming and Schedulling* sebelum akhirnya lanjut ke tahap produksi.
2. Proses produksi dalam 'INI TALKSHOW' mencakup praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Tahap praproduksi yaitu persiapan dan perencanaan hal-hal apa saja yang dilakukan sebelum *shooting*, hal ini mencakup penentuan tema, penentuan bintang tamu, pembuatan cerita dan plot, *treatment gimmick*, *wardrobe* dan properti juga persiapan sarana dan prasarana sebelum *shooting* berlangsung. Tahap produksi mencakup proses pelaksanaan saat shooting baik pada saat *shooting tapping* ataupun *live*. Dan tahap pascaproduksi mencakup proses *editing*, *rough cut*,

penambahan ilustrasi musik dan lain-lain sampai masuk ke proses *quality control* hingga akhirnya siap untuk *on air*.

Untuk strategi pembelian sendiri, disini 'INI TALKSHOW' termasuk pada jenis *in-house production* yaitu program yang diproduksi sendiri, pengembangan ide sendiri dan tidak membeli dari pihak manapun atau siapapun.

3. Untuk eksekusi program 'INI TALKSHOW', dipilih strategi penayangan secara *Stripping* atau penayangan setiap hari di jam *prime time* yaitu pada pukul 19.00-21.00 WIB. Hal ini dipilih karena semakin banyaknya peminat dari program ini, dan untuk menjaga kesetiaan audien agar tidak bosan akan tayangan *stripping*, maka selalu ada inovasi di setiap episodenya sehingga akan selalu ditunggu-tunggu oleh pemirsa, seperti inovasi pada konten, *gimmick*, kuis berhadiah dan lain-lain. Selain itu, program 'INI TALKSHOW' juga hadir di pagi hari untuk tayangan re-run episode-episode pilihan. Hal itu dilakukan untuk menyasar segman audien lain yang tidak memilih tontonan 'INI TALKSHOW' di malam hari.
4. Evaluasi tayangan 'INI TALKSHOW' selalu dilakukan secara berkala baik setiap hari melalui *group chat* di aplikasi *WhatsApp*, evaluasi mingguan yang dipimpin oleh produser setiap hari Jumat, dan setiap satu atau dua bulan sekali dipimpin oleh Kepala Departemen, juga evaluasi tahunan langsung oleh para direksi dan *BigBoss* secara keseluruhan. Evaluasi ini akan membahas secara keseluruhan mengenai konten, teknis, proses, kedisiplinan, etos kerja dan segala hal yang berhubungan dengan

program 'INI TALKSHOW' agar kedepannya bisa terus melakukan *improvement* untuk lebih baik lagi.

## 5.2 Saran

Berangkat dari hasil penelitian dan kesimpulan, maka penulis menemukan beberapa hal baru yang dapat dijadikan saran, baik secara teoritis maupun secara praktis. Saran ini kedepannya diharapkan dapat menjadi acuan dan tolak ukur penelitian berikutnya terutama dalam ilmu komunikasi yang selalu berkembang mengikuti zaman.

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Konsep mengenai strategi program ini memang beragam meski pada intinya bahasanya akan selalu sama. Dari sekian banyak konsep mengenai strategi program televisi yang penulis temukan, kebanyakan didalamnya kurang membahas mengenai keterlibatan media sosial, padahal di era ini media sosial telah memiliki ruang khusus yang dapat dimanfaatkan untuk kemajuan program sehingga perlu ada pembaharuan konsep-konsep baru dalam strategi program sebuah tayangan di televisi. Misalnya pada proses evaluasi program tak hanya *share* atau *rating* saja yang menjadi acuan keberhasilan program, tetapi juga bagaimana umpan balik yang secara langsung bisa terlihat dari respon pemirsa di media sosial. Intinya, secara teoritis penelitian ini memerlukan rekomendasi

untuk pengembangan ilmu tentang media massa khususnya pengembangan konsep strategi program yang di dalamnya melibatkan aspek media sosial.

### 5.2.3 Saran Praktis

1. Penulis menyarankan agar tim produksi 'INI TALKSHOW' tidak cukup puas dengan yang telah diraih, sehingga hal itu justru dapat motivasi untuk selalu lebih baik dan terus mempersembahkan karya-karya terbaik di kancah pertelevisian tanah air melihat kini banyaknya tayangan-tayangan televisi yang malah merusak moral bangsa, jauh dari hal yang mendidik ataupun informatif, maka dari itu penulis menggantungkan harapan pada NET. agar stasiun televisi ini terus berusaha memberikan dobrakan khususnya dalam bidang hiburan sehingga bisa mencerdaskan masyarakat dan meningkatkan kualitas bangsa Indonesia sendiri.
2. Dari segi konten, penulis hanya memberikan sedikit saran yaitu untuk mengurangi *gimmick-gimmick* yang itu-itu terus supaya tidak menimbulkan rasa bosan bagi penonton.
3. Sementara itu untuk ide cerita, penulis menyarankan agar plot cerita yang dibuat diusahakan tidak mudah ditebak *endingnya*, sehingga memungkinkan penonton ingin terus menyaksikan hingga tahu akhir ceritanya akan seperti apa.