

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil yang telah peneliti teliti dari strategi programing tv berlangganan oleh PT. IEG terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan mengenai strategi penayangn pada *channel-channel* stasiun televisi berlangganan yang dimiliki oleh PT. Indonesia Entertainment Grup (IEG). Berikut beberapa kesimpulan yang ditemukan oleh penulis :

1. Dalam mengelola dari 10 *channel* yang berbeda-beda *genre program* pada setiap *channel* tim *programing* berfokus pada waktu dan kategori audiencnya dengan kategori berikut dalam menentukan program yang akan tayang di *channel-channelnya* :
 - a. Untuk channel yang menargetkan audience golongan penonton dewasa, membuat slot *prime time* pada jam 18.00 - 23.00 WIB.
 - b. Untuk channel yang menargetkan audience golongan pentonton anak-anak , membuat slot prime time pada jam 15.00 - 20.00.
2. Dalam menentukan program apa saja setiap harinya yang akan ditayangkan. Tim divisi programing membuat suatu pola jadwal dengan rumus 6x4 yang dihitung menjadi 24jam dengan pembagian waktu 6 jam program *fresh* dan 18 jam program *re-run*. Serta membagi kategori program menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu: *Fresh,Original*, dan *Re-run*.
3. Tim divisi programing menggunakan beberapa strategi programming agar ditonton banyak orang antara lain:
 - a. *Tentpoling*,
 - b. *Dayparting*
 - c. *Lead-off*
 - d. *Rerun Programe*
 - e. *Dedicate Slot*.
 - f. *Stripping*

4. Agar strategi *programming* pada *channel* yang dimiliki PT.IEG dengan secara efisien dan efektif maka PT. IEG melakukan proses manajemen sebagai berikut:
- a. Perencanaan, memilih program dengan cara melihat rating pada penayangan sebelumnya di SCTV atau Indosiar, melakukan evaluasi dari *trial and eror* sebagai acuan untuk memilih program yang lebih cocok untuk ditayangkan di channelnya, dan membuat daftar program yang akan ditayangkan dengan pola 6x4 6 jam *fresh* 18 jam *re-run*.
 - b. Pengorganisasian, setelah terdapat jadwal siaran maka *coordinator content and schedulling* membagikan tugas kepada tim library yang akan mengcopy materi dan *coordinator graphic and post production* membagikan materi siar yang harus diedit kepada para video editor.
 - c. *Actuating*, tim library mengcopy materi lalu diserahkan ke video editor untuk dilakukan proses editing.
 - d. Pengawasan, *coordinator graphic and post production* memastikan proses editing selesai sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

MERCU BUANA

5.2. Saran

Setelah dilakukan penelitian dan melihat hasil yang didapatkan dari penelitian ini, maka saran yang penulis dapat berikan adalah sebagai berikut..

5.2.1. Saran Akademis

Untuk peneliti selanjutnya yang mungkin akan melakukan penelitiang dibidang komunikasi terutama dalam pembahasan mengenai strategi program sebaiknya peneliti selanjutnya dapat memiliki gambaran

umun mengenai apa yang akan di teliti nantinya dan mudah-mudahan dapat lebih teliti dalam memilih penggambaran yang sesuai dengan apa yang akan diamati.

5.2.2. Saran Praktis

1. Karena menurut penulis masih kurangnya koordinasi maka disarankan divisi *Content and Scheduling* meningkatkan koordinasi dengan divisi akusisi SCTV dan Indosiar terkait hal permintaan izin program sinetron dan FTV sehingga memudahkan divisi lain terutama divisi *Graphic and Post Production* dalam mengedit program dan *deadline* proses editing tidak terlalu dekat.
2. Persaingan televisi berlangganan semakin ketat dan masih banyaknya masyarakat belum mengenal *channel-channel* yang dimiliki PT.Indonesia Entertainment Grup (IEG) maka disarankan PT. IEG terus mengembangkan dari segi promosi dan bekerjasama dengan menambah *platform* untuk menyiarkan *channel-channelnya*
3. Agar penonton tidak bosan maka disarankan memperbanyak materi yang *fresh* diwaktu selain kategori *prime time* terutama pada hari libur.
4. Untuk menambah jumlah penonton yang akan menyaksikan channel Citra Drama disarankan menggunakan strategi programming yang lain seperti *lead in*, *hammocking*, *counter programming*, *head to head*, *stunting*, *bridging* dan *hotswitching*.