



MANAJEMEN MEDIA TELEVISI

Oleh: Maya Rachmawaty, MSc



JENIS STASIUN TELEVISI

1. Berdasarkan Kepemilikan

- Swasta, Komunitas, Publik dan Asing

2. Berdasarkan Jangkauan

- Lokal, Nasional dan Berjaringan

3. Berdasarkan Konten/Program

- Keluarga (Entertainment), Berita dan Edukasi

Berdasarkan Kepemilikan

Swasta

- Media yang dimiliki oleh pengusaha (perseorangan/perusahaan) seperti contohnya: SCTV, RCTI, GLOBAL TV etc

Publik

- Media yang dimiliki rakyat dan dikelola oleh pemerintah
- Contohnya: TVRI dan RRI

Komunitas

- Media yang didirikan oleh komunitas, untuk kepentingan anggotanya, biasanya memiliki daya pancar yang sempit
- Contohnya (Radio): AGRI FM, MDI, RITZ FM

Asing

- Televisi yang dimiliki oleh Lembaga asing. TV Asing tidak diperkenankan bersiaran di Indonesia, namun diperbolehkan mendirikan kantor dan meliput di Indonesia. Contoh: Bloomberg, Astro, VOA etc



Berdasarkan Jangkauan Siaran

1. Lokal

- Siaran hanya menjangkau daerah tertentu biasanya hanya di satu kota (Contoh: MGS TV, TV3, TV Banten, Jak TV)

2. Nasional

- Siaran menjangkau seluruh daerah dalam sebuah negara (Contoh: SCTV, TVRI, RCTI etc)

3. Berjaringan

- Televisi yang daya pancarnya terbatas di daerah tertentu, namun programnya juga ditayangkan ke berbagai daerah melalui sistem jaringan atau bekerjasama dengan stasiun televisi setempat (Contoh: Kompas TV)

4. TV Kabel

- Televisi yang pemancarnya terpusat dan hanya bisa ditangkap dengan alat khusus (hanya untuk pelanggan) (Contoh: Berita satu dalam FirstMedia, CNN dan CNBC dalam Transvision)



Jenis Televisi

Berdasarkan Konten/Program



Televisi Keluarga
(Entertainment)

Contoh: SCTV, RCTI, MNC etc



Televisi Berita (News)

Metro TV, tvOne, Kompas TV



Televisi Pendidikan (Education)

TV Edukasi, Sebagian TVRI, TPI
(Televisi Pendidikan Indonesia)

PETA PERSAINGAN TELEVISI NASIONAL INDONESIA

MNC GROUP



TRANS CORP



BAKRIE GROUP



Knowledge to Elevate

EMTEK GROUP



KEPEMILIKAN STASIUN TV DI INDONESIA
DIKUASAI OLEH PEBISNIS DAN POLITISI

TV PEMERITAH



TELEVISION OWNERSHIP

HARRY
TANOE



CHAIRUL TANJUNG



ABURIZAL BAKRIE



EDDY
SARIAATMADJA



WISHNUTAMA



SURYA
PALOH

TV PUBLIK
(PEMERITAH)



TELEVISI BERDASARKAN JANGKAUAN

NASIONAL



Dibantu
Group/Jaringan



LOKAL JAKARTA RAYA



TELEVISI BERDASARKAN KONTEN

KELUARGA/HIBURAN



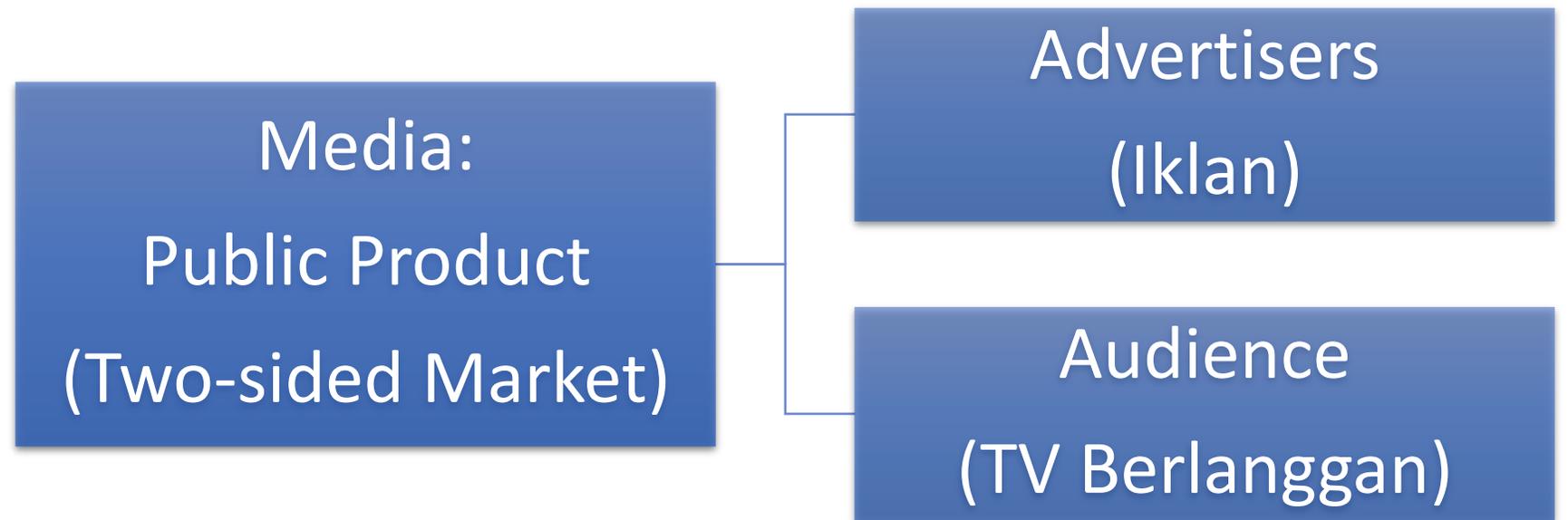
BERITA (NEWS)



Knowledge to Elevate



BISNIS MODEL STASIUN TELEVISI



RATING & SHARE

- Dilakukan oleh Lembaga Nielsen (TAM) *Television Audience Measurements*
- Rating adalah angka dalam persen (%) yang menunjukkan berapa pengguna televisi yang sedang menonton sebuah saluran/program dari populasi total penonton televisi
- Share adalah angka dalam persen (%) yang menggambarkan berapa banyak penonton yang sedang menyaksikan sebuah saluran/program, dari seluruh orang yang sedang menonton televisi dalam waktu bersamaan
- Pengukuran dilakukan dengan alat bernama 'people meter'
- Terdapat sekitar 8000 sample (penonton) yang dihitung, tersebar di 11 kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin).



RUMUS RATING & SHARE

$$\text{RATING} = \frac{\text{Jumlah penonton suatu program}}{\text{Jumlah total penonton}} \times 100\%$$

$$\text{SHARE} = \frac{\text{Jumlah penonton suatu program}}{\text{Jumlah penonton TV di saat bersamaan}} \times 100\%$$

RATING & SHARE

Week 2038 (13 - 19 September 2020)

11 Kota (Jkt, Sby, Mdn, Smg, Bdg, Mks, Ygy, Plb, Dps, Bjm & Skt) - ALL TV

Share All Time

	Share pemirsa ALL 5+	
	2037	2038
IVM	16.0	16.2
RCTI	13.4	13.0
SCTV	12.7	12.8
ANTV	9.8	9.7
MNCTV	9.4	9.3
TRANS7	8.0	8.4
TRANS	6.8	6.4
GTV	5.9	5.5
TVONE	2.7	2.7
METRO	1.2	1.4
TVRI1	1.3	1.3
Local TV*	13.0	13.3





TOTAL BELANJA IKLAN

TAHUN	TOTAL BELANJA IKLAN (Triliun)	Proporsi TV
2016	134,8	77% / 103,8 T
2017	145,5	80% / 115.8 T
2019	168	85% / 143 T
2020*	122	88 T *meningkat 72%

*Januari-Juli 2020

Sumber: www.nielsen.com

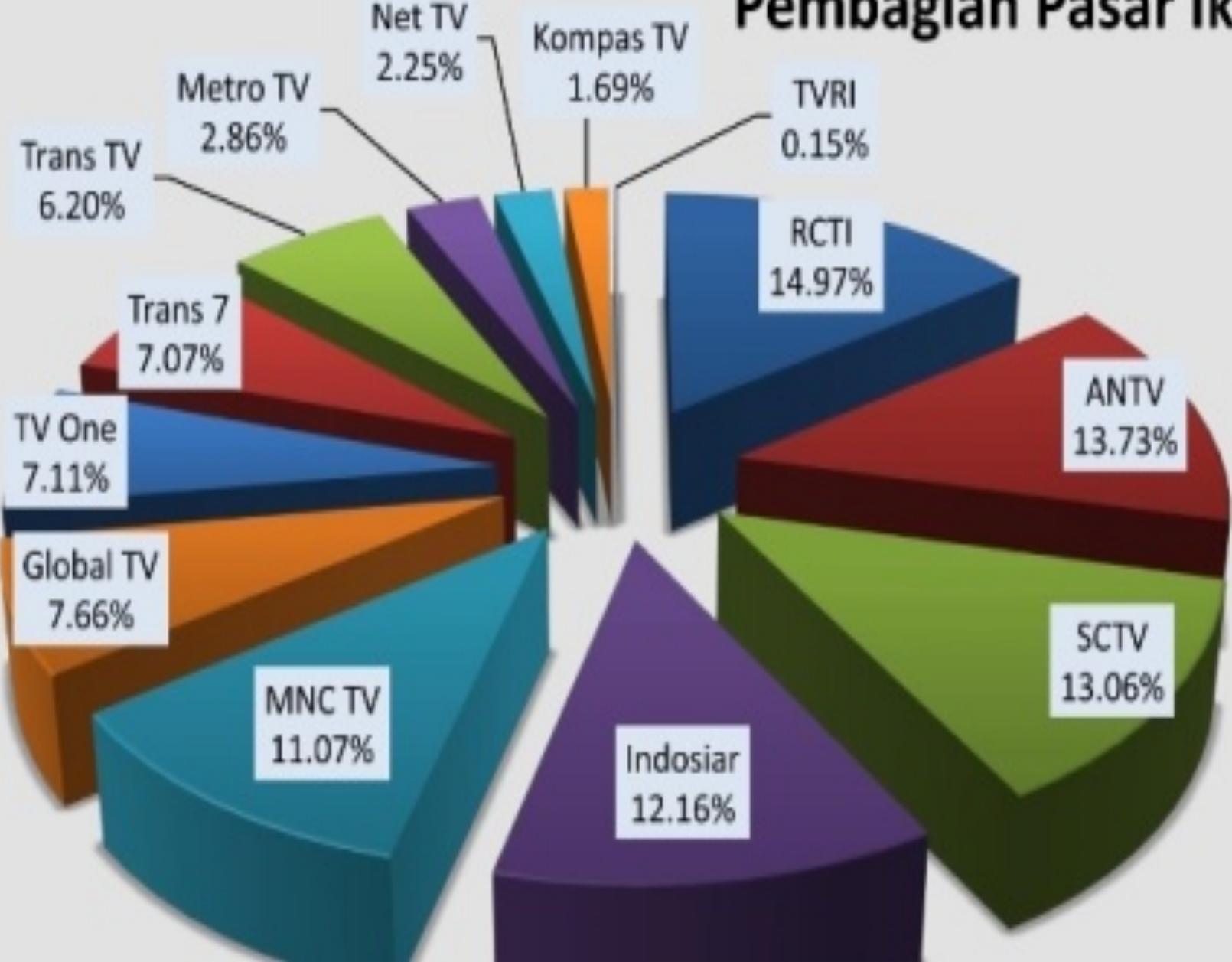
IKLAN TV DI MASA PANDEMI

- ***Kepemirsaan TV program berita naik 25%***
- Belanja Iklan Televisi Melonjak 72% Selama Pandemi, menjadi Rp88 triliun.
- Disusul belanja iklan digital 20% dengan total belanja iklan Rp24,2 triliun. Sementara itu, media cetak sebesar Rp9,6 triliun dan total belanja iklan radio mencapai Rp604 miliar.



Pembagian Pasar Iklan TV

2018



Strategi Televisi

- Meningkatkan rating dan share televisi dengan menyajikan program yang menarik dan infomatif
- Program berita wajib dimiliki stasiun televisi untuk memenuhi fungsi media sebagai sumber informasi
- Berita menjadi salah satu andalan untuk meningkatkan rating





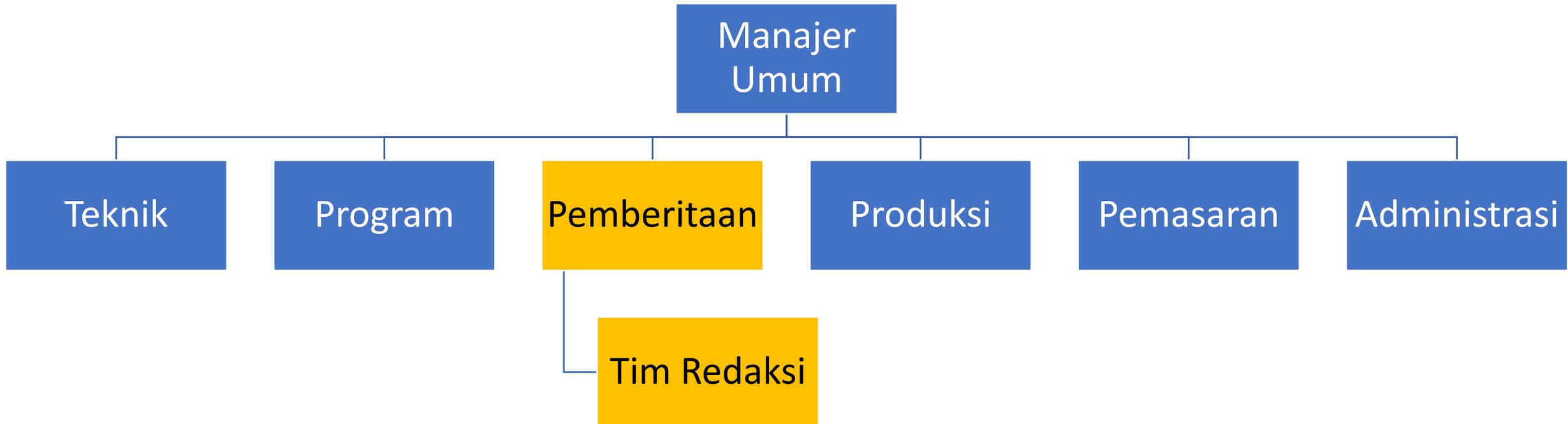
BAGAIMANA TELEVISI BEROPERASI ?



PRODUK TV ADALAH PROGRAM (ACARA SIARAN)

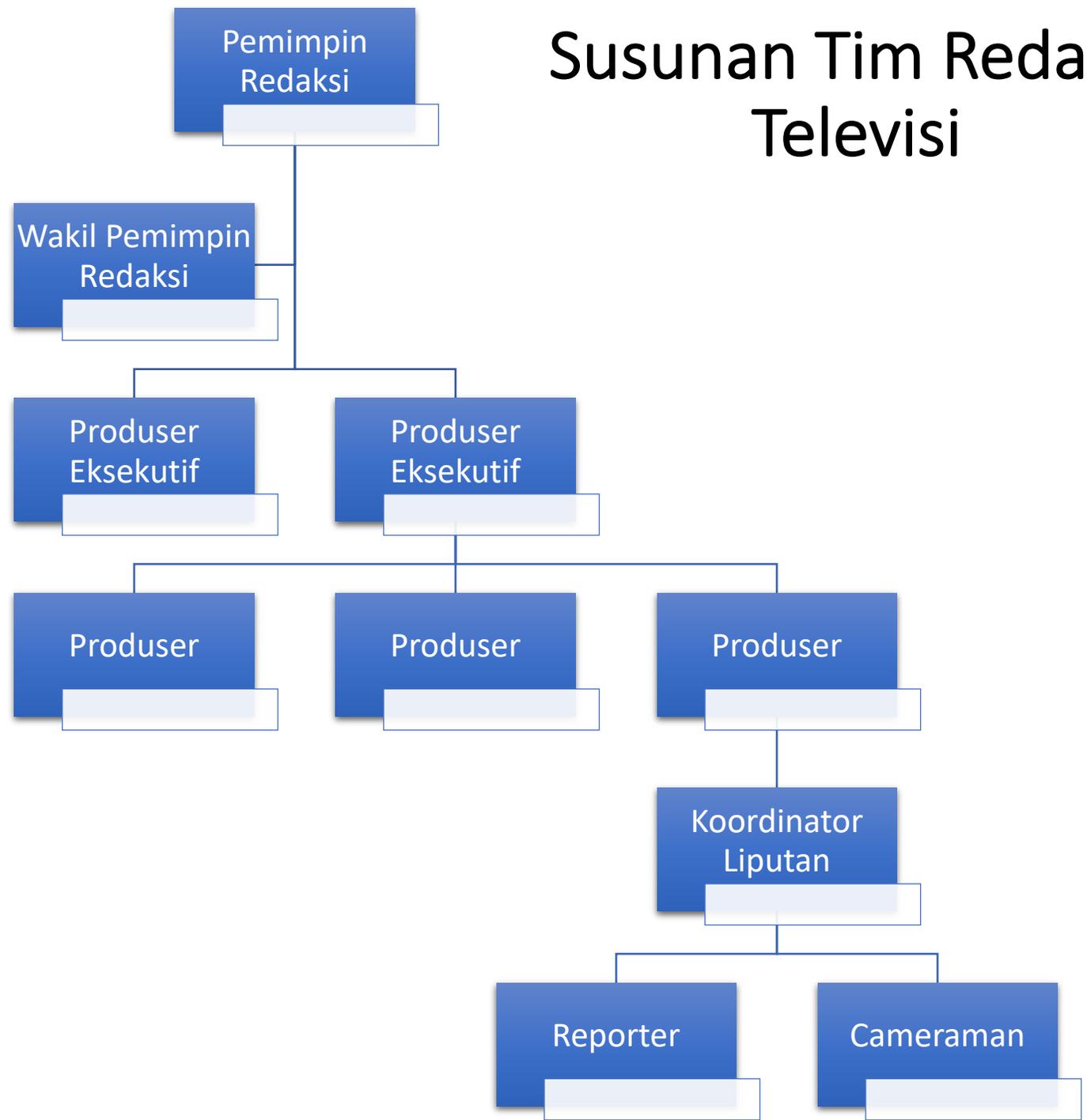
1. DRAMA
2. **TALK SHOW (NEWS/ENTERTAINMENT)**
3. VARIETY SHOW
4. MAGAZINE SHOW
5. MUSIC SHOW
6. **FEATURE**
7. REALITY SHOW
8. SPESIAL PROGRAM
9. REPACK
10. GAMES SHOW
11. **NEWS PROGRAM**

STRUKTUR ORGANISASI TELEVISI





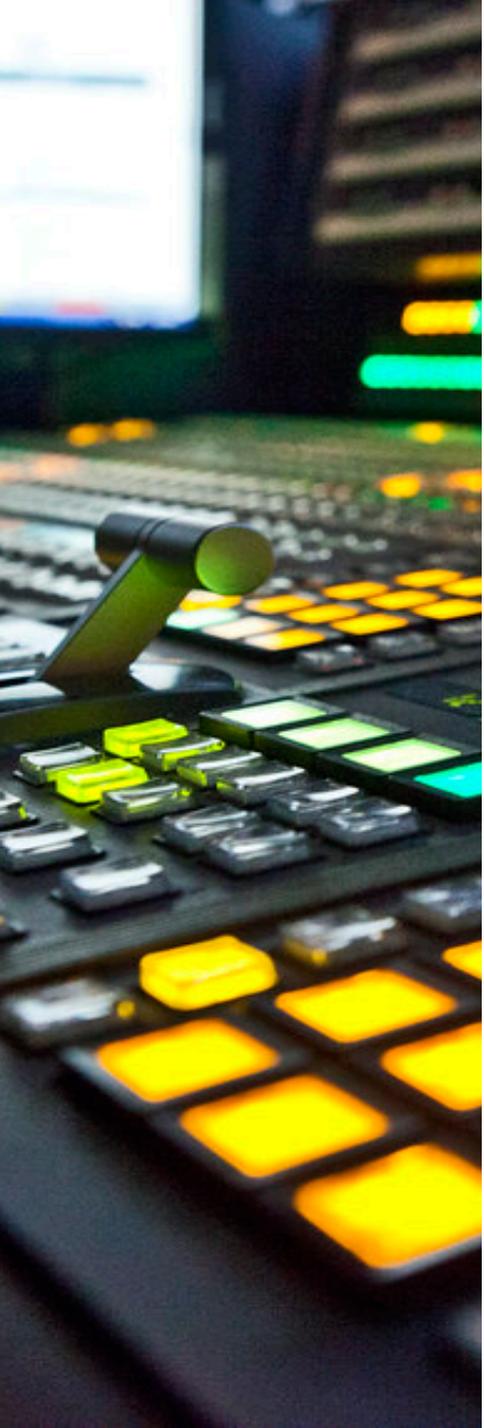
Susunan Tim Redaksi Televisi





Peran Masing-masing Jabatan

- **Pemimpin Redaksi** (Editor in Chief) bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Pemred bertugas memberikan arahan, menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redasional serta semua isi program media yang dipimpinnya
- **Wakil Pemimpin Redaksi** bertugas membantu pemimpin redaksi untuk menjalankan tugasnya
- **Eksekutif Produser** bertanggung jawab dalam hal-hal yang bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas pembuatan berita (program) dan pembuatan keputusan



Peran Masing-masing Jabatan

- **Produser** merupakan pemimpin dalam pelaksanaan sebuah program. Bertugas untuk mengedit naskah reporter hingga menjadi sebuah berita yang siap tayang, dengan bekerja dan berkoordinasi bersama sejumlah tim supporting
- **Koordinator Liputan** bertugas untuk mengkoordinasikan seluruh tim liputan di lapangan agar semua isu tercover dengan baik
- **News Presenter / Penyiar** bertugas untuk membaca dan menyajikan berita kepada audiens
- **Reporter** bertugas untuk meliput sebuah berita dengan melakukan observasi dan interview langsung ke lapangan
- **Kameraman** bertugas mengambil gambar (footage/video) sebagai visualisasi kejadian/berita

TUGAS KELOMPOK

Buatlah kelompok yang terdiri dari 4-5 orang. Bersama kelompok Anda, pilihlah salah satu stasiun televisi nasional (masing-masing kelompok tidak boleh sama). Kemudian, perhatikan Program berita apa saja yang dimiliki stasiun tersebut. Deskripsikan setiap program dari mulai nama program, durasi hingga Penjelasan singkat tentang programnya!



TUGAS KELOMPOK

Hasil Analisa disajikan dengan format sbb:

- Huruf Calibri (12), spasi 1.5, 7-10 halaman (termasuk cover)
- Kumpulkan dalam file word/pdf dengan nama file **'Nama Kelompok_Tugas Analisa Media Televisi'**
- Kumpulkan di link yang telah tersedia!





REFERENCES

Fachruddin, A. 2012. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta: Kencana

Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran. Jakarta: Kencana.

Warta Ekonomi. 2020. Belanja Iklan Televisi Melonjak 72% Selama Pandemi. Available on: <https://www.wartaekonomi.co.id/read301101/belanja-iklan-televisi-melonjak-72-selama-pandemi> [accessed 1 September 2020]

www.nielsen.com



THANK YOU