

LAMPIRAN

LAMPIRAN WAWANCARA
FAKULTAS ISIPOL UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA

Judul penelitian : Strategi Programming ADiTV dalam Menyajikan Program Berbasis Pendidikan untuk meningkatkan minat audien

IDENTITAS INFORMAN

Informan (I) : Citra Sari
Posisi : Manager Program ADiTV
Tanggal Wawancara : 16 Juni 2013, 26 Juni 2013 & 12 November 2013
Lokasi/Tempat Wwcr : Kantor ADiTV, Maguwoharjo, Sleman

Pertanyaan Interview Guide : 16 Juni 2013

Manager Program ADiTV

1. Bagaimana cara mengenalkan program-program ADiTV :

Untuk mengenalkan, kita pakai media; kan banyak ada media cetak yang kita gunakan, terus kemudian media online ada internet, terus kemudian ada produksi luar, jadi porsinya lebih banyak kalau tv local itu beda sama tv nasional. Kalau tv nasional mau syuting dimanapun tetep penontonnya banyak. Kalo Tv local kan unsur pentingnya adalah kedekatan. Jadi kebanyakan kita syuting di luar. In-house itu syutingnya lebih enak di tengah masyarakat. Satu mereka akan bertanya syuting apa, Tv mana gitukan terus itu yang kita lakukan. Caranya melakukan produksi-produksi diluar, ditengah masyarakat biar mereka mengetahui bahwa ini lho ADiTV. Kedua kita melakukan kjerjasama dengan media cetak, bukan promosi aku bayar di KR, di Tribun, Aditv punya cara ini, enggak. Kita punya cara dengan kerjasama dengan media seperti jogja editor forum suara editor. Kita punya program suara editor, itu kerjasama dengan jogja editor forum, komunitas kumpulan media se jogja. Di radio juga, jadi banyak cara, selain syuthing mendatangi masyarakat biar lebih dekat, ke media cetak juga kerjasama bukan iklan dan radio barter. Jadi

2. Daya tarik apa saja yang di tawarkan dari program-program ADiTV kepada audien?

Kita membuat cirikhas yang berbeda sama TV lain. Kamu sendiri sudah tau kalau ADiTV TV islami. Cuma islami sendiri itu kita pedomannya mau kayak Kompas. Kompas itu kan miliknya orang non muslim kalau kamu tau. Tapi dia mau non muslim kek, punya orang kristen atau siapa aja Kompas bawakan kontennya bagus. Kita mau jadi seperti itu, islam tapi bukan hanya untuk orang islam. Ini yang membikin pembeda.

Daya tarik yang kita tawarkan ya memang itu tadi, visi misinya bukan hanya tontonan tapi tuntunan juga. Jadi membikin pembeda. Caranya bikin pembedanya gimana, setiap konten acara kita selalu ada namanya kita pake jilbab. Kalo misalnya budaya seperti ini bukan jilbab tapi tile (penutup kepala).

3. Apakah Visi Misi ADiTV dijadikan dasar untuk merencanakan strategi program berbasis pendidikan?

Iya, Seperti yang tadi disampaikan, kalo aditv bukan hanya tontonan, semua televisi itu memberikan tontonan, kalo aditv tontonan dan tuntunan. Nah tuntunannya itulah yang kemudian mengarah pada pendidikan. Lah mungkin kan kita bikin aditv tontonan yang mendidik itu mesti orang bilang apa sih? Itu orang sudah males. Makanya kita tontonan dan tuntunan. Tuntunan apa? Disitulah kita menyaliapkan yang namanya unsur-unsur pendidikan. Dan jangan dianggap program pendidikan yang seperti di TV Edukasi. Kalo TV E itu kan memang namanya aja TV Edukasi jadi dia orang belajar rumus-rumus tentang tokoh. Jadi kita mengemasnya dalam itu hiburan tetapi juga mendidik. Beda sama tv lain yang murni hiburan nggak ada unsur pendidikannya. Karna apa media kan kontrol sosial, yang tidak bisa terkendali. Jadi yang bisa mengendalikan adalah dari program-program yang kita buat tadi yang mendidik. Dan kata mendidik itu, kita mengacu pada tontonan dan tuntunan tadi yang kita selalu mengacu pada bikin program yang ada tuntunannya yang ada pendidikannya. Ya tidak selalu islami tetapi mendidik.

4. Melihat dari visi itu, apakah ada keterkaitannya antara ADiTV dengan organisasi muhammadiyah yang notabene organisasi yang bergerak sangat besar di bidang pendidikan?

Iya, kan kalau mengatakan muhammadiyah, aditv memang lahir dari muhammadiyah. Aditv lahir dari muhammadiyah, Cuma bedanya adalah kita bukan untuk muhammadiyah saja, islamnya islam luas. Dan kita itu lahir dari muhammadiyah karna apa cita-citanya? Kamu tau sendiri muhammadiyah, diseluruh indonesia ada nggak yang nggak ada muhammadiyahnya? Semua ada muhammadiyah diseluruh indonesia. Semua ada PCM-PCM, PWM-PWM yang tersebar di seluruh Indonesia. Niat awalnya dan semoga nanti akan terus seperti itu adalah : PWM-PWM yang tersebar di Indonesia itu, niatan kita akan menjadi seperti ADITV-ADITV, jadi kita niatnya awalnya itu seperti TVRI. TVRI kan ada TVRI Jogja, ada TVRI semarang. Niatnya seperti itu karna apa komunitas perkumpulan organisasi muhammadiyah tidak ada yang tidak tersebar diseluruh indonesia, jadi niatan awal memang waktu adiTV lahir dari muhammadiyah adalah kalo memang ini udah memperbaiki semua konten, udah lancar, sudah jalan, sudah bisa berdiri sendiri, kita akan membukan ADiTV-ADiTV melalui PWM-PWM yang ada di seluruh Indonesia , jadi ga hanya untuk orang jogja syiarnya bisa meluas melalui PWM-PWM itu, Jadi bukan kontennya khusus muhammadiyah, jadi niatnya adalah kontennya biar menyebar seperti itu.

5. Format program apa saja yang diterapkan ADiTV dalam programming?

Format program kan banyak, ada Talk Show, Variety Show, terus ada kemudian News, Newsnya juga kita pakainya buletin. Format programnya banyak nanti bisa dibaca di tadi pengertian program kan, ada dialog ada talk show ada variaty, ada buletin formatnya, ada magazine, ada feature, dokumenter kita belum punya.

6. Dalam menentukan strategi programming, Program apa saja yang menjadi unggulan ADiTV?

Program unggulan kita sementara ini yang mau saya sampaikan yang dibulan ramadhan kita ada lima, kalau bulan ramadhan kita selalu itu ramadhan di jogja, kalau bulan ramadhan itu yang paling unggul. Kemudian ada 4 lainnya yang reguler itu suara editor, itu perbincangan hangat seperti jakarta lawyer club kerja sama dengan media jogja editor forum tadi yang saya sampaikan, kemudian mocopat syafaat bersama cak nun, itu semua orang ga ada yang ga kenal cak nun, itu program unggulan yang semua orang suka. Terus kemudian ada tafsir cahaya rabbani. Itu orang muhammadiyah ya pak yunahar. Tapi pecintanya kebanyakan komunitas muhammadiyah ya. Tapi kalau cak nun hampir semua orang mau itu non muslim kebanyaka orang mau

minta copy tayangnya. Nah jadi ada suara editor, cak nun, cahaya rabbani, terus program baru kami akan launching cak dikin itu rencananya campur sari campur ngaji (CSCN) sama wedang ronde.

7. Apakah ada strategi programming yang dilakukan ADiTV?

Ada. Kita kan mengikuti kalender event. Jadi strategi program kami ya, hampir semua televisi sama kita mengikuti namanya kalender event. Kalo seperti kemarin hari pendidikan, beberapa program juga lebih mengacu pada, kalo kemarin jejak jack sparrow syuting nya juga di sekolah-sekolah kan ada pendidikan, kemudian ada beberapa dialog-dialog khusus juga mengacu kesana. Kemudian juga suara editor perbincangannya tentang revitalis, tentang membuat ulang kota jogjakarta sebagai kota pelajar sekarang sudah pudar, hal seperti itu, jadi kita selalu mengacu pada kalender event untuk menarik perhatian penonton tadi. Jadi strateginya salah satunya seperti itu. Terus masalah penayangan pola siar kita mengacu pada primetime. Kalo primetime kita lewat dari jam enam dan jangan sampai strategi kita jangan sampai head to head denga program yang sama kayak kita suara editor kan sama persis dengan jakarta lawyers club, jangan sampai kita head to head sama-sama di hari selasa, acara campur sari kami jangan sampai head to head dengan jogja TV juga. Makanya jogja TV kan hari kamis dia ada campursari yang penontonnya banyak, kita ga kasih campur sari juga dihari kamis, kita kasih cak nun. Ga kalah kita ternyata, dan yang nonton ADiTV lebih banyak, lebih banyak yang suka nonton cak nun nya. Terus kita kasih campursari di hari minggunya. Week end seperti itu.

8. Adakah perbedaan program-program yang disajikan ADiTV khususnya dengan TV lokal wilayah Jogja?

Khusus Jogja. Iya. Kalo perbedaannya jelas sekali tadi yang saya sampaikan kita memiliki ciri khas yang berbeda yakni islam. Islamnya ga harus yang islam fanatik tadi. Pembedanya adalah semua host kami yang perempuan itu menggunakan kerudung, bukan jilbab. kalo yang muslim memang jilbab tapi kalau yang non muslim kita hanya kerudungan seperti tile tadi yang hanya di sampirkan itu. Terus dari segi penyajian host kita semuanya berbeda seperti itu, terus dari sisi kontennya, kontennya memang kita banyak yang islami, tapi ada yang murni komedi, tapi tetep pembedanya kayak campursari itu ga hanya campur sari saja, tapi campur sari campur ngaji. Galeri itu acara kuliner tapi kita ada namanya galeri halal. Sama-sama acara kuliner tapi beda. Disitu ada nama halal, kadang orang menyebutnya halal itu hanya orang

islam, ga juga. Halalnya itu kita mengacu pada halalnya sehat. Kalo kita pakainya "kuliner sehat" banyak kan makanan sehat. Tapi kalo kita menggunakan halalnya itu beda.

9. Faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam menerapkan strategi programming?

Kalo kita ada strategi terus diterapkan dalam program, penghambatnya satu "biaya produksi" kalo TV lokal kan pendapatan kita berbeda dengan TV nasional yang iklan bisa datang. Dan itu yang menjadi penghambat utama. Dan kalo kemudian iklan ga bisa datang ke kita, kita yang harus datang ke mereka, menjemput bola, mencari mereka. Itu yang kemudian program yang ketika harus dijaga quality programnya. Yang tiap minggunya harus tetep tayang. Misalkan suara editor yang tiap minggu harus tayang ketika tidak ada yang bayar masak kita harus berhenti. Kendalanya adalah satu biaya produksi. Ya kita harus berani. Kita ga mungkin hanya syuting waktu mendapat order dari klien. Itu kendala besar dalam kita menerapkan dan menjaga kontinuitas programnya.

Kalo SDM nya sejauh ini ga menghambat sih. Ga terlalu menjadi penghambat, yang menghambat adalah biaya produksi. Kalo biaya itu jelas tertutupi semua SDM juga akan mengikuti. Biaya kan berpengaruh pada semua hal. Kalo biaya kita lebih juga SDM bisa baik juga. Jadi tanya SDM kita sudah profesional. Tapi kalo biaya tadi kita sudah tercukupi SDM juga akan membanyak juga. Dan kendalanya juga adalah tim kreatif kami yang memang mumpuni juga belum banyak. Kita masih mencoba menggunakan tim kreatif part time. Yang fulltime seperti TV-TV nasional belum.

Harusnya program bisa lebih menarik digodok sama produser dan tim kreatif, Cuma program kita ada banyak sekitar 17 program tapi tim kreatif Cuma 3. Bayangi aja Cuma 3. Itu juga termasuk kendala, tapi yang utama adalah biaya.

10. Bagaimana cara ADiTV menanamkan nilai pendidikan dalam programnya?

Kalo memunculkan pendidikannya itu ini ya, kita mengemasnya kan kalo murni pendidikan itu kan membosankan, namanya aja televisi itu kan media, media elektronik audio dan visual, kalo dia hanya visual yang stil, artinya tidak moving juga akan membosankan. Caranya jadi pendidikan itu jangan

dibayangkan murni mengajarkan sesuatu gitu, jadi strateginya ya tetep mneginputkan itu dalam unsur, konsep program yang dibuat oleh temen-temen produser. Contohnya suara editor , kemarin banyak berita-berita tentang sudah mulai pudarnya jogjakarta bukan lagi sebagai kota pelajar. Jadi kita harus mengingatkan itu kembali dan membahasnya. Kemudian untuk jejak jack sendiri yakni murni hiburannya adalah itu sulap, tetapi unsur pendidikannya yakni pada segmen 3 membongkar dari trik sulap itu sendiri, jadi biar semua orang tau. televisi kan sering dibilang membodohi , jadi kita tidak ingin membodohi bahwa sulap itu adalah bohong kita tunjukan, kita bongkar triknya. Terus kemudian kita lebih banyak acara-acara seperti cak nun, campur sari campur ngaji, itu unsur tuntunan tadi udah termasuk pendidikannya. Kita mengolah gimana cara hiburan entertain tadi tidak terkesan menggurui, caranya seperti pada CSCN campur sari kan Cuma hiburan murni, kita tambahi campur ngaji juga, jadi ada ustadnya. Jadi mng create sedemikian rupa sebuah program itu.

11. Seberapa besar konten pendidikan yang ada pada program-program ADiTV? Khususnya yang in house.

Kalo murni pendidikan kita tidak ada, tapi kalo program yang ada unsur pendidikan, in house kita 60 %. Kalo dari 60% kita pisah yang terdapat unsur pendidikan pada program in house kita 60%nya yang 40% murni hiburan seperti tembang tembung itu murni hiburan, yang lainnya ada unsur pendidikan jendela hati, cahaya rabbani, macapat syafaat. Jadi yang 60% in-house kita ada unsur pendidikannya campus to campus itu pendidikan, tapi kalo wayang itu murni kebudayaan. jadi bisa dibilang 60% atau 70% in house kita ada unsur pendidikannya. mungkin akan kesulitan ketika kamu memilah milahkan program in-housenya ADiTV mana yang ada pendidikannya, karna unsur pedidikannya kita bentuk dalam tuntunan itu tadi.

12. Adakah faktor penghambatan dalam menerapkan program berbasis pendidikan?

Kalo hambatan dari segi konsep penerapannya enggak, jadi lebih kepada unsur luarnya. Jadi sering banyak komplek ini itu. Jadi itu yang kemudian menghambat kita harus display seperti apalagi nih. Kayak kemarin kita punya program jendela hati, itukan tausyiah itukan pendidikan mengajarkan tentang orang berbuat baik, Cuma ketika ada sesuatu disitu orang yang tidak sukalah itu akan menghambat. Jadi hambatannya lebih pada faktor eksternal bukan di internal kita. Jadi akhirnya kadang kita sudah bener, kita sudah mengajarkan,

tapi kadang ada orang yang mengatakan kurang bener, komplain, telepon, tulis email dsb. Jadi dari faktor eksternal untuk internalnya sendiri saya rasa nggak ada ntuk mewujudkan program yang memiliki unsur pendidikan. karna kita memiliki pedoman penayangan itu tadi.

13. Cara mengatasi hambatan dalam menerapkan program-program mendidik?

Kalo kita ini, komplemennya sejauh ini masih hanya beberapa ya, nggak kemudian dari KPID, kalo TV lokal kan dengan KPID. Kalo nggak sampai KPID tidak mengatakan program itu tidak layak tayang, komplemen seperti itu kita anggap biasa aja, kita tetep maju bagi kami ini tetep mengandung unsur hiburan dan pendidikan. Stasiun televisi ada komplemen itu wajar sebatas tidak sampai ke KPID itu tadi. Menegur kami baru kita melakukan tindakan, Kami tetep akan jalan. Kalo kemudian berefek pada kita merubah konsep, kita nggak produksi lagi, itu nggak. Sampai pada tahap komisi penyiaran daerah bener-bener menegur kita.

14. Sebesar 40 % program dari luar yang kerjasama apakah juga terdapat unsur pendidikannya?

Enggak semuanya. Kalo 40% itu kan kita kerjasama. Kita kerjasama dengan TVE dan Spacetoon kartun. Kalo Spacetoon itu ada pendidikannya saya rasa itu enggak, itu murni hiburan. Itu kartun seperti ninja hatori. Sama gema masjidil haram itu di mekah, ya itu bisa dibilang pendidikan bisa enggak sih, itu kan siaran langsung dari sana. Dari 40% itu menutup setengah-setengah untuk konten pendidikannya biar bervariasi sih programnya.

15. Siapa yang bisa menentukan suatu program dapat di ADiTV?

Kalo di stasiun televisi kan ada namanya produksi, quality kontrol, itu juga di bawah program. Cuman kalo di televisi lokal kan lebih di minimalisir untuk struktur perusahaannya, jadi langsung pada direksi. Kayak kemarin banyak yang mengajak kerjasama dengan kami tetapi kita belum bisa deal kan, karena program harus disesuaikan dengan visi misi kami. Seperti kemarin Neo TV datang kesini ngajak kerjasama, visi misi dia harus sama dengan kita dulu, terus kayak Net TV itu juga ngak bisa, jadi tetep aja semua keputusan ada di direksi. Walaupun kita ada manajer program ada direktur program juga. Jadi untuk menentukan layak tayang atau nggak itu pada direktur

utama.walaupun Kemarin ada LSM kehutanan minta kerja sama untuk menayangkan programnya di ADiTV, dan itu saya lihat programnya itu menarik sekali, karna tentang apa, itu tentang melindungi bumi. Tayangan itu sangat mendidik sekali tentang memelihara alam, Itu dari saya sebagai manajer program meloloskan, saya presentasikan ke direksi itu tidak lolos. Alasannya itu LSM dari luar, jadi dianggap punya misi-misi tertentu. Jadi ya apa boleh buat tidak bisa tayang, dari divisi program harusnya lolos, sangat menarik sekali, kayak acaranya mirip discovery chanel kalo saya lihat.

16. Apakah ada proses evaluasi strategi pemrograman? bagaimana?

Ada evaluasi cuma kadang ya itu tadi, kita produksi terus. Tapi kadang tiap minggu pun bisa berjalan lancar kadang enggak. Tapi ketika ada kesalahan itu langsung dievaluasi saat itu juga. Kayak kemarin ada pemutaran salah program sampai penontonnya nelpon, langsung evaluasi program bersama.

17. Bagaimana indikator keberhasilan strategi program ADiTV?

Yang pertama penontonya banyak, program itu disukai dan program itu bisa dijual. Kalo program itu disukai, bisa dijual indikatornya berhasil. Cuma ada program seperti cak nun itu kan hasil surve selalu nomor satu yang disukai penonton. Tim surfenya sampai ke masysrakat. Itu secara program berhasil tapi secara dibidang manajemen TV belum berhasil karna ga bisa dijual. Saya ga tau penyebabnya tuh, padahal yang namanya cak nun itu ga ada orang yang ga kenal. Entah Dari segi marketingnya atau apa saya ga tau, saya lebih dari sisi programnya. Kalo saya menilai keberhasilan program itu yang dilihat dari banyak penonton, banyak yang suka dan didukung banyak iklan yang masuk.

Kalo penonton nya banyak ada. Kalo yang memenuhi 3 unsur tadi sepertinya jarang. Ada yang pengiklan tapi belum tentu disukai banyak orang. Itu seperti contohnya adalah dokter menyapa, itu dialog kesehatan dan menghadirkan dokter disitu. Itu banyak yang suka, indikatornya apa, itu banyak penelpon yang masuk. Itu kalo telpon habis ditutup pasti bunyi lagi. Karna apa karna ajang konsultasi gratis bagi mereka, yang kedua dijual dan ratingnya bagus, salah satunya dokter menyapa. Tapi ada juga yang dijual ga ada penontonya juga ada. Seperti juga program galeri halal itu juga banyak penontonya, tapi ya nyatanya belum bisa dijual.

18. Stasiun TV lokal mana yang dianggap sebagai saingan ADiTV?

Kalo lokal Cuma jogjaTV, RBTv kan sudah dibeli sama Kompas, jadi ya bukan lagi kita nganggepnya TV lokal. Kalo persaingan kita JogjaTV sampai saat ini. Kalo TVRI Yogyakarta iya Cuma lebih banyak Jogja TV, karna kalo TVRI itu kan sudah milik pemerintah, ada ni klien satu rebutan ADiTV, JogjaTV, TVRI. Klien kadang lebih memilih TVRI karna mereka menganggap TVRI miliknya pemerintah, jelas semua orang sudah tau TVRI. Kalo ADiTV sampai detik ini masih butuh pencitraan, masih banyak juga yang belum kenal ADiTV. Jadi ya saingan terberat JogjaTV untuk yang TVRI nanti kita kalahkan dulu yang Jogja TV.

19. Adakah persamaan Format programnya dengan stasiun lokal lainnya?

Kalo kesamaan persis enggak, tadi kan saya bilang ADiTV harus memiliki ciri khas masing-masing. Misal Sama-sama program kuliner, konsep persis sama yakni jalan-jalan ngicip makanan tapi host kami beda. Secara konsep sama tapi kalo penyajian pasti beda. Sama-sama acara sulap di televisi, kita ada acara sulap dengan bongkar trik sulapnya. Jadi kalo kamu bilang ada enggak yang sama, secara konsep bisa sama tapi secara penyajian kita berbeda sekali. Dan sudut pengambilan gambarnya juga berbeda. Kalo konsep hampir semua televisi banyak yang sama, misal kuliner semua, jalan-jalan dan seterusnya. Nah pengambilan gambarnya berbeda, disitu yang bisa menjadi pembeda juga.

20. Bagaimana strategi programming ADiTV untuk bersaing memperebutkan audien dari TV-TV lokal lainnya?

Kalo strategi dari program. Kalo strategi itu dari pembuatan programmingnya kita enggak pernah head to head. Jadi itu tadi, misalkan programmingnya Jogja TV dari senin sampai Kamis ada acara campur sari, kita juga punya acara campur sari tapi disana acara campur sarinya jauh lebih kuat makanya saya kasih cak nun, enggak kalah kuatnya kita, penontonnya banyak kita. Terus program suara editor, awalnya hari Selasa, ternyata hari Selasa di TVone ada acara Jakarta Lawyers Club. Itu sempat ada penonton yang mengatakan itu kok sama ya acaranya dengan yang di TVone, makanya bingung penontonnya, jadi akhirnya dia nonton di TV one. Terus akhirnya kita rubah jam tayangnya jadi kita ga pernah mau untuk head to head, padahal banyak stasiun televisi yang head to head, sinetron semua jam nya sama, film jamnya

sama, bola jamnya sama. Karna apa, head to head itu berpikiran untuk merebut audien, tapi kami memiliki cara yang berbeda. Karna kita tau diri lah penontonnya belum pasti banyak . piye carane, salah satunya yang kita senang adalah hari kamis, di TVRI ada acara budaya, JogjaTV campur sari kita cak nun ternyata banyak yang nonton. Jadi caranya dari programming kita nggak pernah head to head. Kalo dari segi lainnya ya seperti yang tadi udah tahu, dari segi penampilan dan lain-lainnya.

21. Melihat TV nasional, bagaimana ADiTV merebut audien dari mereka?

Kalo head to head jelas iya. Tapi kita juga punya strategi lainnya biar nggak lihat TV nasional. Terus hari kamis jelas nonton ADiTV mereka nggak lihat TV nasional. Terus ini, di TV nasional kan banyak sinetron dan film-film juga, kita sajikan yang lainnya. Kita kemarin ada acara Jogja Even sama Jogja Magazine, acara-acara jalan-jalan jarang sekali ditampilkan di malam, kebanyakan sore. Kamu lihat jelang siang TransTV kan acaranya jam 2 jam 3. Jadi sebenarnya hampir mirip Kompas, dia primetime malem ada acara masak-masak kan. Sama dengan kami, Jogja Magazine acara jalan-jalan kita taruh malem. Kita juga punya acara cooking clas. Acara belajar memasak. TV nasional kebanyakan sore, kita taruh di malem. Jadi caranya biar mengatasi gimana untuk menarik penonton ADiTV dari TV nasional ya itu tadi, caranya strateginya kita tidak head to head. Biar mereka tetep ada tampilan yang menarik.

Contohnya di bulan puasa besok. Supaya penontonnya tetep, Acara dokter menyapa kita taruh jam 9 melem setelah penonton pulang teraweh. Jadi kita tetep tidak lepas dari melihat tayangan TV nasional dan TV lokal.

22. Bagaimana strategi pemograman yang dilakukan untuk meningkatkan audien ADiTV?

Kita strateginya yaitu kita lebih banyak siaran acaara off air, kita lebih banyak menggunakan off air. Selain itu lebih pencitraan dari kami itu juga lebih mendekatkan kami dengan penonton. Dari marketing, ternyata penjualan banyak dari iklan-iklan nasional itu jarang di TV lokal karna nggak pernah mau melirik. Tapi ketika lokal itu melakukan kegiatan off air mereka kan mesti pengunjungnya banyak, salah satunya itu. Untuk meningkatkan audien jadi kita lebih banyak melakukan program off air. Jadi itu juga merupakan strategi marketingnya supaya mendatangkan uang lebih banyak. Yang kedua dengan off air itu kan massa juga banyak. Jadi keuntungannya kita lebih ke

pencitraan. Kalo dulu kan orang ditanya apa sih ADiTV, mereka belum pernah dengar. Kalo sekarang minimal sudah pernah dengar ADiTV walaupun belum pernah nonton. Tapi itu kan bertahap, harapannya besok kalo ditanya pernah nonton ADiTV, kita berharap penonton jawabannya iya. Karna kita banyak program-program off air yang kita adakan di luar studio. Massa off air itu yang nantinya akan kita bawa menjadi penonton setia ADiTV. Kalo acara off air massa yang datang kan belum tentu penontonya ADiTV, tapi minimal mereka akan tau ADiTV, kalo sudah dengar minimal mereka pasti akan nyari.

23. Adakah peningkatan audien dengan cara menyajikan program pendidikan?

Kalo peningkatan audien itu secara global kita. Kita tuh setiap bulan ada yang namanya Tim riset dari ADiTV. Kita sebar kan itu. Jadi kita juga menghitung telpon interaktif yang masuk untuk mengetahui peningkatan penontonnya. Selain itu kita juga punya twitter. ADiTV kan punya twitter. Kemarin followers ADiTV baru sekitar 2000-an, sekarang udah sekitar 3000-an. Jadi kalo ditanya dilihat dari mana ada peningkatan, ya dilihat dari penelpon yang tiap minggu selalu kita monitor terus followers di Twitter walaupun TV lokal belum banyak yang menggunakan Twitter. Tapi minimal itu akan menambah, kita juga akan mengetahui sejauh mana penonton ADiTV ada peningkatan enggaknya.

Pertanyaan Interview Guide : 26 Juni 2013

Manager Program ADiTV

1. Bagaimanakah Segmentasi dan Targeting ADiTV secara terinci?

Kalo dari sejarahnya Adi itu kan Anak dan Ibu. Itu bukan singkatan dari ADiTV sendiri, cuman kita menjadikan ADI itu sebagai target kita. Kenapa anak dan ibu. Karna anak itu betah kalo menonton TV. Itu gimana kalo tidak terkontrol, intinya adalah pendidikan berasal dari keluarga dan juga dari televisi yang mengandung konten pendidikan. Kadang konten pendidikan itu kalo ditonton umumnya tidak terlihat. Bukan berarti programnya itu seperti orang lagi belajar atau apa. Cuma kita mengemasnya dalam bentuk hiburan yang mendidik. Ingat ya, hiburan yang mendidik. Cuma anak kecil kan nggak bisa menerjemahkan itu, makanya dia harus didampingi biasanya oleh ibu. Jadi kita targetnya ADI itu adalah Anak dan Ibu. Walaupun kita targetnya juga untuk laki-laki, Cuma fokusnya itu tadi. Adi kan berasal dari

bahasa jawa dari kata Adhilihung sesuatu yang utama, bagus, dalam bahasa jawa. Kita juga kadang menyampaikan ADI itu juga menjadi segmentasi kita yakni anak dan ibu. Tapi dalam sejarah beda ADI nya itu, jangan dicampur.

2. Bagaimanakah Positioning yang dilakukan ADiTV?

Itu kan dulu islaminya ini karna murni program-program pendidikan islami. Kayak program tafsir Qur'an Cahaya Rabbani. Terus dulu ada juga program kerja sama murni pendidikan islam juga. Pokoknya banyak program acara-acara kita yang mengandung islami. Itu yang kemudian menyebabkan ditegur KPID bahwa ini kanal yang kalian minta itu kanal komersil. Tapi komersil lokal ya. Komersil kan ada lokal ada nasional. Itu adalah kanal komersil lokal, jadi kalo kamu mau pakai kanal komersil ya tidak bisa. Seperti ini maksudnya komunitas. Akhirnya kita merubah. Bukan merubah positioning kita islami. Positioningnya tetep kita menargetkan islami. Tapi merubah mindset atau tampilan acaranya. Dapat diartikan merubah bungkusnya. Seperti yang disampaikan bahwa program-program kita sebelumnya bermakna islam. Akhirnya kita menyampaikan ke publik, waktu launching gedung baru ini bahwa program-program kita tidak hanya tontonan tapi juga tuntunan. Jadi akhirnya kemasannya kita rubah tapi isinya tetep mengandung islami. Jadi kita jiwanya bernafaskan islami. Seperti contohnya pada waktu dulu kita banyak program yang seperti cahaya rabbani tapi sekarang kita sudah bermacam-macam, kayak sulap itu kan murni hiburan tapi tetep ada nafas islamnya. Bukan lagi seperti dulu yang semuanya murni islam, sekarang yang penting kemasannya yang berbeda biar bisa tetep bisa kita masukin unsur-unsur islam maupun pendidikan.

3. Bagaimana Program re-run yang ada di ADiTV?

Program dengan cara re run itu merupakan hal wajar. Re run itu ada dua, pertama karna permintaan penonton, kedua terkait dengan keterbatasan biaya produksi. Kalo ke depan re run di pola siarnya itu masih permintaan penonton ya nggak papa kita re run, tapi kalo itu bukan menjadi kebutuhan penonton lagi, ke depannya kita nggak inginlah kita selalu seperti itu aja. Agar selalu ada keuntungan profit, profit, dan profit ya kita ke depannya akan selalu membuat program yang lebih menarik. Jadi jelas ke depannya terus berkembang programnya.