

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sebelumnya telah dijabarkan mengenai bagaimana Strategi BRTV Pada Program Siaran *Talkshow* Etalase Indonesia Dalam Meningkatkan *Rating* Program, maka dapat diambil sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi BRTV dalam meningkatkan *rating* program melalui program *talkshow* Etalase Indonesia dengan memperhatikan berbagai unsur yang mengambil peran penting didalamnya, sebagai berikut;
  - a) Perencanaan program, pada proses ini dilakukan oleh produser sebagai pihak penanggung jawab dengan melibatkan beberapa kru seperti *dubber* dan juga editor. Dalam perencanaan program yang harus diperhatikan ialah tujuan program, melakukan analisis dan strategi program, melakukan bauran program, memperhatikan faktor program, membuat perencanaan program, serta menentukan sumber program.
  - b) Dalam produksi program Etalase Indonesia ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti penentuan ide atau tema, pencarian sumber video yang sesuai dengan tema, penulisan naskah, pengisian suara, pengambilan gambar atau *shooting*, sampai pada tahap akhir yakni *editing*.
  - c) Dalam eksekusi program Etalase Indonesia melibatkan pembagian waktu siaran yang dilandasi dari kebiasaan menonton pemirsa dan ketersediaan pemirsa, selain itu dalam eksekusi program terdapat strategi penayangan yang terdiri dari *head to head*, *bloking program*, serta tandingan program yang dapat membedakan program Etalase Indonesia dengan program saingan.
  - d) Pengawasan dan evaluasi oleh produser setiap satu minggu sekali yang dilaksanakan pada hari jumat, adapun bentuk

pengawasan atau pengontrolan terhadap pengelolaan program Etalase Indonesia dilakukan mulai dari tahap perencanaan sampai tahap akhir yaitu proses pasca produksi, seperti melakukan pengecekan pada proses *editing* yang dapat mempengaruhi kualitas program dan juga *rating* program.

2. Respon Ketertarikan Pemirsa Terhadap Program Etalase Indonesia
  - a) Meningkatkan *rating* pada program sama halnya dengan membuat ketertarikan pemirsa untuk tetap menontonnya, yang dipengaruhi dari aspek kognitif dan juga aspek afektif. Aspek kognitif meliputi kebutuhan informasi serta hiburan yang dapat dipenuhi melalui tayangan program Etalase Indonesia. Sedangkan aspek afektif yang ditimbulkan sesudah menyaksikan tayangan program Etalase Indonesia ialah perasaan puas serta Bahagia ketika menyaksikan program tersebut, dengan pembawaan *host* yang santai secara alami atau natural ini dapat menarik pemirsa untuk tetap menonton dan tentunya bisa meningkatkan *rating* program.
  - b) Namun ada beberapa respon dari pemirsa terkait dengan kendala yang dialami ketika menyaksikan program Etalase Indonesia yakni faktor durasi pada youtube yang minim, hal ini dikarenakan apabila pemirsa yang sedang diluar tidak bisa menonton secara keseluruhan.

## 5.2 Saran

berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada divisi program untuk tetap selalu menjaga konten yang bagus dan informatif untuk dikonsumsi oleh masyarakat.
2. Diharapkan BRTV dapat melakukan peningkatan kuantitas sumber daya manusia agar dapat meringankan proses produksi selama berjalannya program.

3. Diharapkan BRTV dapat melakukan siaran langsung di program Etalase Indonesia dengan lebih banyak diisi dengan mengunjungi narasumber ataupun tempat-tempat di daerah JABODETABEK.
4. Diharapkan kepada pihak BRTV hendaknya lebih memperhatikan lagi terkait jangkauan siaran, sehingga siaran-siaran yang disajikan oleh BRTV dapat dengan mudah diakses oleh pemirsa, terutama pemirsa yang berdomisili Bekasi.
5. Kepada divisi program Etalase Indonesia hendaknya harus mempertimbangkan terkait durasi penayangan yang ada di youtube, tidak hanya memasukan konten yang ada narasumbernya saja tapi bisa sesuaikan yang sama dengan yang di siarkan di televisi.
6. Serta perlu dilakukan survei secara merata untuk mengetahui jumlah pemirsa yang menyaksikan program Etalase Indonesia. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berhasilnya strategi yang sudah diterapkan produser dalam program Etalase Indonesia.