



UNIVERSITAS INDONESIA

**PROTOTYPE PROGRAM *FEATURE* TV UNTUK ANAK
“GOWES WISATA”**

TUGAS KARYA AKHIR

URSULA VINESSA DWITAYOASTA

0806463220

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA REGULER
KEKHUSUSAN JURNALISME SIAR
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PROTOTIPE PROGRAM *FEATURE* TV UNTUK ANAK
“GOWES WISATA”**

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana

URSULA VINESSA DWITAYOASTA

0806463220

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA REGULER
KEKHUSUSAN JURNALISME SIAR
DEPOK
JANUARI 2012**



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir (TKA) ini diajukan oleh :

Nama : Ursula Vinessa Dwitayoasta

NPM : 0806463220

Program Studi : Jurnalisme

Judul TKA : Prototipe Program *Feature* TV Untuk Anak “Gowes Wisata”

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada program S1 Reguler Departemen Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalisme, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Satrio Arismunandar, M.Si, MBA. (..........)

Penguji : Dra. Rosy Tri Pagiwati, M.A. (..........)

Ketua Sidang : Drs. Awang Ruswandi, M.Si (..........)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 12 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Pengembangan prototipe program *feature* anak bertema wisata edukasi dengan bersepeda ini berawal dari pengamatan penulis akan kegemaran anak-anak menonton televisi. Anak-anak membutuhkan tayangan yang menarik, mendidik, dan aman untuk anak. Wisata merupakan salah satu kegiatan yang digemari anak-anak.

Penulis melihat bahwa anak-anak dan orang tua sering mengalami kebingungan untuk mengisi akhir pekan dan liburan mereka. Informasi mengenai kegiatan yang menyenangkan, namun juga tetap mendidik sangat diperlukan agar anak-anak mendapat alternatif berwisata. Di sisi lain, fenomena lingkungan dan kemacetan di kota-kota besar juga menjadi salah satu kekhawatiran yang perlu diperkenalkan agar sejak dini anak-anak dapat memulai langkah awal untuk memperhatikan lingkungan sekitar.

Berdasarkan berbagai pertimbangan tersebut, penulis membuat program yang menyenangkan melalui wisata sambil belajar dengan pengemasan yang berbeda, yaitu menggunakan sepeda. Melalui program “*Gowes Wisata*” anak-anak diharapkan dapat mengambil segudang manfaat. Anak akan mengenal potensi wisata yang ada di Indonesia dan menggali pembelajaran yang bisa didapat dari tempat tersebut. Selain itu, anak-anak juga dapat melakukan kegiatan bersepeda yang menyenangkan, ramah lingkungan dan juga menyehatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, kasih, dan rahmat-Nya saya diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Karya Akhir (TKA) ini. Dengan waktu yang terbatas, banyak pengalaman berharga yang saya peroleh di balik pengerjakan TKA ini hingga akhirnya selesai tepat pada waktunya. Semoga TKA ini dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat dan industri pertelevisian serta bermanfaat bagi bidang keilmuan. Saya menyadari bahwa TKA ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, Drs. S. Widie Tjahjanto, MM dan Dr. Ir. Demitria Dewi, MM., terima kasih sebesar-besarnya atas motivasi, dukungan, kesabaran, doa sehingga TKA ini dapat diselesaikan lancar dan tepat waktu.
2. Kakak saya, Arnoldus Vigara, S.Psi yang menjadi panutan serta memberikan semangat agar saya cepat menjadi sarjana dan dapat meniti karir sebaik mungkin.
3. Ir. Satrio Arismunandar M.Si, MBA, selaku dosen pembimbing saya. Terima kasih Mas Satrio, atas waktu, dukungan, kritikan dan juga saran yang diberikan mulai dari usulan tema hingga akhirnya TKA ini dapat diselesaikan.
4. Bobby Guntarto selaku Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) yang telah memberikan banyak wawasan dan inspirasi mengenai program yang ideal untuk anak. Terima kasih pula untuk kebaikan hati Bapak bersedia membantu dapat proses penghimpunan data.
5. Ronny Suyanto, *Executive Producer* Trans7, yang telah meluangkan waktunya untuk bertukar pikiran mengenai tema program serta memberikan masukan berharga untuk pengembangan program “*Gowes Wisata*” ini.

6. Edward Andri, S.Psi, M.Psi, Psikolog Perkembangan Anak, yang telah bersedia memberikan penjelasan mendalam mengenai anak-anak dan wisata bersepeda.
7. Drs. Awang Ruswandi, M.Si, selaku Ketua Sidang. Terima kasih atas dorongan, masukan, dan inspirasi sehingga TKA ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Dra. Rosy Tri Pagiwati, M.A., atas kesediaannya menjadi penguji dan atas masukan-masukan demi kesempurnaan TKA yang saya buat.
9. Sisilia Mega, sahabat saya, yang selalu menemani saya dalam suka dan duka dan memberikan semangat untuk menyelesaikan TKA ini.
10. Muhammad Ashim Islam, editor dan kameramen serta Sena Putra, pembuat animasi dan grafis. Terima kasih atas kesediaan waktu, biaya dan tenaga terutama dalam proses pembuatan dan pengeditan prototipe TKA ini.
11. Catherina Intan, Ester Sugiarti, Nina F. Pratiwi, dan Stephrine Amelia, teman seperjuangan, yang saling memberikan semangat, kebahagiaan, penyegaran yang tidak ternilai sehingga TKA ini dapat diselesaikan dengan baik.
12. Ivan Syahreza dan Puri Handoko, teman satu bimbingan serta Reno Dalu Maharso yang bersedia bahu-membahu menyelesaikan TKA ini. Terima kasih atas dukungan dan canda tawa yang diberikan.
13. Tante Irawan beserta kedua putra putrinya, Daffa dan Indira yang menyediakan waktu dan tenaganya menjadi bagian penting dalam pembuatan prototipe TKA ini.
14. Gilang Putra, Zulhardiansyah dan Elisabeth Maria, terima kasih atas bantuannya yang luar biasa untuk menjadi kameramen dan *talent* dalam prototipe program ini. Tanpa kalian, program ini akan sulit berjalan.
15. Nika Narang, terima kasih atas bantuan kakak dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan di tengah kesibukannya.
16. Marissa Anugrah, Resti, Gadisza, dan Meylissa, kakak-kakak senior yang sudah membagikan kisahnya dan menyemangati saya untuk menyelesaikan TKA ini.

17. Pihak sekolah dasar beserta para murid yang menjadi bagian dari riset program ini. Terima kasih atas kesediaan waktu dan tenaga yang diberikan Ibu Kepala Sekolah, guru, serta murid-murid yang terlibat.
18. Ajie dan Fara yang telah meminjamkan sepedanya sebagai properti pembuatan prototipe selama beberapa hari.
19. Sobbie Jurnal 2008 yang telah menemani dan memberikan semangat selama 3,5 tahun ini. Terima kasih atas dukungan yang diberikan satu sama lain agar dapat menyelesaikan TKA tepat pada waktunya. Semangat untuk kalian yang akan mengerjakan TKA di semester berikutnya.
20. Keluarga Besar Komunikasi Angkatan 2008, kalian adalah keluarga kedua dalam hidup saya. Terima kasih karena selalu ada dalam memberikan semangat untuk berjuang sama meraih masa depan.

Depok, 12 Januari 2012

Penulis



RINGKASAN EKSEKUTIF

Bagian 1	<p>Analisis Situasi</p> <p>Salah satu hak dasar anak adalah berwisata. Wisata penting bagi perkembangan anak-anak, terutama wisata yang mengandung unsur edukasi. Alternatif tempat wisata serta cara berwisata sangat diperlukan agar anak tertarik untuk belajar lewat berwisata. Di sisi lain, anak-anak juga perlu membiasakan gaya hidup sehat dan cinta lingkungan. Salah satu hal praktis yang mencakup keduanya adalah bersepeda. Program edutainment di televisi mendapat respon yang positif bagi anak-anak dan keluarga. Oleh karena itu, program <i>feature</i> “<i>Gowes Wisata</i>” diharapkan dapat memberikan suguhan berkualitas bagi anak-anak.</p>
Bagian 2	<p>Manfaat dan Tujuan Pengembangan Prototipe</p> <p>Manfaat bagi khalayak : memberikan wisata edukasi dengan bersepeda bagi anak-anak yang sehat dan ramah lingkungan. Manfaat bagi pengelola : membangun citra positif dan dapat menguntungkan secara finansial.</p> <p>Tujuan : menyuguhkan alternatif cara belajar baru kepada anak-anak dengan cara berkeliling di tempat wisata menggunakan sepeda dan secara ekonomis mampu memberikan keuntungan finansial pada stasiun TV yang menayangkan.</p>
Bagian 3	<p>Prototipe yang Dikembangkan</p> <p>Program ini berjudul “<i>Gowes Wisata</i>” berformat <i>feature edutainment</i>, secara spesifik mengangkat wisata edukasi dengan bersepeda sebagai kemasannya, direncanakan untuk ditayangkan di Trans 7 tiap hari Kamis pukul 15.00 WIB selama 30 menit, dan ditargetkan untuk khalayak anak-anak usia 6-12 tahun dari keluarga dengan SES A, B, dan C.</p>
Bagian 4	<p>Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Pre-test</i> akan dilakukan dengan metode <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) yang terdiri dari 12 anak laki-laki usia 6-12 tahun ; menggunakan instrumen berupa Panduan FGD ; dan dilakukan setelah prototipe selesai dibuat. • Evaluasi akan dilakukan setelah program disiarkan. Metode yang akan digunakan adalah Evaluasi Internal (antar tim produksi & pasca produksi) dan Evaluasi Eksternal (melibatkan pemirsa).
Bagian 5	<p>Anggaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah total anggaran pembuatan prototipe : Rp 1.891.000,- • Jumlah total anggaran pembuatan program : Rp 3.350.000,- (Jabodetabek) dan Rp 12.260.000,- (Luar Jabodetabek) • Jumlah prakiraan pendapatan (slot iklan) : Rp 2.234.080.000,- • Jumlah Anggaran Evaluasi : Rp 1.640.000,-

EXECUTIVE SUMMARY

Part 1	<p>Situation Analysis</p> <p>One of the fundamental rights of the child is traveling. Tourism is important for children's development, especially tourism which contains elements of education. Alternative tourist attractions and ways to travel are necessary for children interested in learning through travel. Meanwhile, children also need to get a healthy lifestyle and love the environment. One of the practical things that includes both is cycling. Edutainment programs on television gets a positive response for children and families. Therefore, the program features "Gowes Wisata" is expected to provide quality treats for children.</p>
Part 2	<p>The Advantages & Purposes of Prototype Development</p> <p>Advantages for society : gives educational tours by bicycle for children who are healthy and environmentally friendly. Advantages for the TV company : helps to build company's positive image & hopefully could financially profit the company itself.</p> <p>Purposes : presents an alternative way of learning to children in way round the sights on a bike and economically, to financially profit the involved TV station that broadcast.</p>
Part 3	<p>The Developed Prototype</p> <p>This program is titled "<i>Gowes Wisata</i>" formatted as <i>feature edutainment</i>, specifically brings educational tour with cycling as a packaging, planned to be broadcasted on Trans 7 every Thursday at 15.00 WIB for 30 minutes long, and targeted for 6 – 12 years old kids audience who come from families with SES A, B, and C.</p>
Part 4	<p>The Evaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pre-test will be held using Focus Group Discussion (FGD) method in which the group consists of 12 boys and girls in their 6 – 12 years old age ; the instrument that will be used is FGD Guide; and will be done after the prototype is made. • The Evaluation will be done after the program is broadcasted. The method that will be used is Internal Evaluation (involves production team and post-production team) and External Evaluation (involves the audience).
Part 5	<p>Budget</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total budget of prototype production process : 1.891.000,- IDR • Total budget of program production process : 3.350.000,- IDR (In Jabodetabek) and 12.260.000,- IDR (Outside Jabodetabek) • Estimated total income (advertisement slot) : 2.234.080.000,- IDR • Total budget of evaluation : 1.640.000,- IDR

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
RINGKASAN EKSEKUTIF	ix
EXECUTIVE SUMMARY	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	xiii
1. ANALISIS SITUASI	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Hasil Riset Khalayak dan Riset Program	3
1.3 Pernyataan Kebutuhan	8
2. MANFAAT DAN TUJUAN	10
2.1 Manfaat	10
2.2 Tujuan	11
3. PROTOTIPE YANG DIKEMBANGKAN	13
3.1 Penjelasan Program	13
3.2 Stasiun Televisi	14
3.3 Sasaran Khalayak	15
3.3.1 Segmentasi Khalayak	15
3.3.2 Aspek Geografis	16
3.3.3 Aspek Demografis	16
3.3.4 Aspek Status Sosial Ekonomi	16
3.3.5 Aspek Psikografis	17
3.3.6 Aspek Teknografis	19
3.4 Analisis SWOT	19
3.5 Posisi dan Diferensiasi Program	21
3.6 Judul Program	22
3.7 Sinopsis Program	22
3.8 Waktu Tayang	23
3.9 Durasi Program	25
3.10 Format Program	26
3.11 Konsep Program	26
3.11.1 <i>Host</i>	26
3.11.2 <i>Talent</i>	27
3.11.3 Bahasa	28
3.11.4 Musik	28
3.11.5 Segmen	28
3.11.6 Usulan tema	29
3.12 Rundown Program	30

3.13 Kru Program	31
3.14 Strategi Promosi Program	33
3.15.1 Promosi di Stasiun Televisi Sendiri	33
3.15.2 Promosi di Media Lain	33
3.15.3 Promosi di Situs Jejaring Sosial	34
4. RENCANA EVALUASI	35
4.1 Rencana <i>Pre-Test</i>	35
4.1.1 Metode <i>Pre-Test</i>	35
4.1.2 Waktu <i>Pre-Test</i>	36
4.1.3 Materi <i>Pre-Test</i>	36
4.1.4 Instrumen <i>Pre-Test</i>	37
4.2 Rencana Evaluasi	37
4.2.1 Metode Evaluasi	37
4.2.2 Waktu Evaluasi	38
4.2.3 Materi Evaluasi	39
4.2.4 Instrumen Evaluasi	40
5. ANGGARAN	41
5.1 Anggaran Pembuatan Prototipe	41
5.2 Rencana Anggaran Produksi Program	42
5.3 Perkiraan Pendapatan	45
5.4 Rencana Anggaran <i>Pre-Test</i> dan Evaluasi	46
DAFTAR REFERENSI	47
LAMPIRAN	
Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 2	Panduan Riset Khalayak : <i>Focus Group Discussion</i>
Lampiran 3	Kuesioner Riset Khalayak
Lampiran 4	Hasil Riset Kuesioner
Lampiran 5	Data Riset AGB Nielsen
Lampiran 6	<i>Rate Card</i> Trans7 Desember 2011
Lampiran 7	<i>Storyboard</i> Prototipe “Gowes Wisata”
Lampiran 8	Instrumen <i>Pre-Test</i>
Lampiran 9	Instrumen Evaluasi

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Tabel 1.2	10 <i>Top Children</i> Program (Periode 24 – 30 Oktober 2011)	7
Tabel 1.3	<i>Rating dan Share</i> Program Anak Trans7 <i>by Week</i> , (Periode 30 Oktober – 5 November 2011)	8
Tabel 3.1	<i>Rating</i> Program Televisi Berdasarkan SSE	17
Tabel 3.2	<i>Rating & Share</i> Program “Kuas Ajaib”	24
Tabel 3.3	Jadwal Acara TV Indonesia tiap Kamis, 15.00 WIB (periode November 2011)	25
Tabel 3.4	<i>Rundown</i> Program <i>Feature</i> “ <i>Gowes Wisata</i> ”	30
Tabel 5.1	Anggaran Pembuatan Prototipe	41
Tabel 5.2	Rencana Anggaran Pembuatan Program per Episode	42
Tabel 5.4	Rencana Anggaran <i>Pre-Test</i> dan Evaluasi	46

BAGIAN SATU

ANALISIS SITUASI

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Anak-anak dan Wisata

Anak-anak memiliki karakteristik yang khas. Mereka peka terhadap rangsangan, aktif bergerak dan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Anak-anak digambarkan sebagai makhluk yang membutuhkan kasih sayang, pemeliharaan dan tempat bagi perkembangannya (Haditono, 2004).

Tempat perkembangan anak akan ditentukan dari aktivitas yang mereka lakukan. Aktivitas yang dilakukan anak-anak harus disesuaikan pula dengan usia dan kebutuhannya. Menurut psikolog anak sekaligus Ketua Komnas Perlindungan Anak, Seto Mulyadi, salah satu hak dasar anak untuk tumbuh dan berkembang adalah dengan bermain, rekreasi, berwisata, dan bergembira (Travel Kompas, 2011).

Wisata maupun rekreasi merupakan bentuk kegiatan rutin yang dibutuhkan sekaligus digemari anak-anak. Wisata juga dapat dijadikan sebagai metode belajar bagi anak-anak. Kegiatan ini bermanfaat untuk menumbuhkan minat pada anak, meningkatkan perbendaharaan kata dan pengetahuan, memperluas wawasan, meningkatkan kemampuan hidup bermasyarakat, memperluas wawasan, serta menanamkan sikap menghargai terhadap karya dan jasa orang lain (Gunarti dkk, 2008).

Berwisata hendaknya tidak hanya mengutamakan kesenangan namun juga harus mengandung nilai edukasi yang berguna bagi perkembangan otak dan jiwa anak. Wisata jenis ini sering disebut dengan wisata edukasi atau wisata pendidikan. Wisata pendidikan adalah suatu program yang menggabungkan unsur kegiatan wisata dengan muatan pendidikan didalamnya (Wisata Pendidikan, 2008).

Hingga saat ini, Kemenbudpar dan pemerintah daerah telah mengembangkan berbagai tempat wisata termasuk wisata edukasi untuk anak-

anak. Menurut Direktur Produk Pariwisata Kemenbudpar Achayruddin, anak perlu berwisata untuk berekreasi dan belajar.

Kemenbudpar mendukung hal tersebut dengan membuat pola perjalanan wisata *special interest* yaitu wisata untuk kepentingan usia-usia dini mulai dari usia 3 tahun. Pola perjalanan wisata anak bukan hanya sekedar untuk jalan-jalan tapi harus mampu mengenalkan pariwisata dan edukasi (Travel Kompas, 2011).

Menurut Psikolog Perkembangan Anak, Edward Andri, S.Psi, M.Psi, wisata harus mengandung dua unsur yaitu rekreasi dan pendidikan. Apapun wisatanya, dua unsur tersebut harus selalu ada. Wisata penting untuk perkembangan anak. Anak pun akan tertarik dengan berwisata karena akan belajar sesuatu yang baru dengan cara yang menyenangkan, yaitu jalan-jalan.

Tempat wisata bisa dijadikan tempat belajar selain di sekolah. Terlebih lagi, belajar di tempat wisata merupakan kegiatan belajar yang mengasyikkan. Beberapa orang tua belum mendapat informasi yang cukup mengenai tempat-tempat wisata yang sesuai untuk anak. Terkadang keinginan anak pun tidak sesuai dengan kemauan orang tua.

Seto Mulyadi menegaskan bahwa pemilihan tempat wisata hendaknya melibatkan partisipasi anak (Travel Kompas, 2011). Anak berhak memilih tempat wisata yang ingin dikunjungi agar manfaat dari wisata itu dapat tercapai.

1.1.2 Wisata Sepeda dan Anak-anak

Kegiatan bersepeda dapat dikatakan tak kenal usia karena dapat dinikmati oleh semua kalangan, termasuk anak-anak. Tidak sedikit anak yang gemar bersepeda. Kebanyakan anak-anak bersepeda untuk mengisi waktu luang dengan berjalan-jalan bersama teman-teman di sekitar rumah. Ada pula anak-anak yang masih menggunakan fungsi utama sepeda sebagai alat transportasi untuk pergi ke sekolah atau tempat lain.

Secara umum menurut Ronny Liyanto, General Manager Pemasaran Polygon, ada tiga manfaat bersepeda : *satu*, bersepeda itu menyehatkan; *dua*, dengan bersepeda kita menghemat energi; dan *tiga*, bersepeda itu mengurangi polusi (Wiyancoko, 2010).

Sepeda pun saat ini dijadikan sebagai sarana untuk berwisata atau dapat disebut sebagai wisata sepeda. Anak-anak pun senang dengan kegiatan jalan-jalan, termasuk menggunakan sepeda sebagai alat transportasinya.

Wisata dengan bersepeda memberi banyak keuntungan bagi anak-anak, beberapa di antaranya : 1) memberikan sensasi berbeda pada saat berjalan-jalan di tempat wisata. Anak dapat menikmati obyek wisata sambil mengayuh sepeda; 2) kegiatan ini ramah lingkungan karena sepeda tidak mengeluarkan asap yang menyebabkan polusi dan tidak menggunakan bahan bakar; 3) menyehatkan badan karena bersepeda merupakan salah satu bentuk olahraga; 4) tidak hanya jalan-jalan tetapi mendapat wawasan dari obyek yang dikunjungi saat bersepeda; 5) jika dilakukan bersama-sama dengan keluarga atau teman, dapat menjalin kedekatan dan komunikasi satu sama lain.

Wisata bersepeda ini bisa dilakukan di mana saja. Tempat-tempat wisata pun banyak yang sudah memperbolehkan wisatawan untuk bersepeda di dalam area wisata. Ada pula yang membuka tempat penyewaan sepeda sebagai alternatif transportasi bagi pengunjung. Fasilitas ini biasanya disediakan oleh tempat wisata dengan area yang luas, akan melelahkan jika berjalan kaki memutar seluruh area wisata.

Melihat dari berbagai keuntungan dari wisata sepeda, maka jenis wisata ini juga termasuk ke dalam wisata edukasi. Wisata sepeda tidak hanya menyenangkan tetapi dapat memberikan wawasan selama berkeliling menggunakan sepeda. Terlebih lagi, wisata sepeda aman dan disukai anak-anak.

1.2 Hasil Riset Khalayak dan Riset Program

1.2.1 Riset Khalayak

Riset khalayak (*audience research*) adalah proses pengumpulan data yang dirasa akurat mengenai jumlah penonton pada sebuah program acara atau saluran, jenis orang-orang yang menontonnya, bahkan kecenderungan dalam perilaku khalayak (Panjaitan & Iqbal, 2001).

Untuk menghasilkan program menarik, mendidik, dan berkualitas baik dari segi konten maupun pengemasan, penulis melakukan riset ke beberapa pihak.

Penulis melakukan wawancara mendalam dengan pihak Trans7 sesuai dengan stasiun televisi penayangan program, yaitu melalui *Executive Producer* Divisi *Adventure & Education*, Ronny Suyanto, dan Presiden Direktur Trans7, Atiek Nur Wahyuni.

Terkait dengan televisi dan anak-anak, penulis melakukan wawancara mendalam dengan Bobby Guntarto selaku Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) untuk mengetahui program televisi yang ideal untuk anak. Penulis juga melakukan wawancara mendalam dengan Psikolog Perkembangan Anak, Edward Andri, S.Psi, M.Psi, untuk mengetahui wisata yang cocok dengan karakteristik anak yang menjadi target khalayak, manfaat wisata bersepeda, dan program televisi yang mendidik untuk anak-anak.

Untuk menggali informasi sesuai dengan target pemirsa, penulis melakukan dua kali riset khalayak yaitu dengan melakukan *focus group discussion* (FGD) dan menyebarkan kuesioner. FGD dilakukan untuk mengetahui kebiasaan anak menonton televisi, program kegemaran anak, dan minat anak terhadap wisata. FGD dilakukan dua kali dengan dua kelompok yang berbeda. Kelompok I berisi 8 anak yang duduk kelas 1 dan 2 SD, sedangkan kelompok II terdiri dari 8 anak yang duduk di kelas 3 dan 4 SD.

Berdasarkan FGD, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan. *Pertama*, anak-anak dengan bangga menyatakan bahwa mereka suka menonton televisi. Anak-anak di kelompok I berlomba-lomba agar jam menonton TV-nya paling lama dibandingkan teman-temannya yang lain, sedangkan kelompok II lebih mampu mengutarakan berapa lama waktu ideal menonton televisi.

Kedua, baik kelompok I maupun kelompok II memiliki waktu menonton televisi hampir setiap hari dan dilakukan sesuai pulang sekolah.

Ketiga, acara favorit pada kelompok I mayoritas adalah acara kartun, *talkshow*, dan komedi untuk orang dewasa, seperti Tom & Jerry, Naruto, Hitam Putih, dan Opera Van Java.

Hal ini menunjukkan anak-anak yang duduk di kelas 1 dan 2 cenderung menyerap segala yang ada di televisi. Acara yang menarik dan lucu akan mereka

saksikan dengan gembira. Mereka belum bisa membedakan mana acara yang baik dan sesuai untuk anak dan yang tidak.

Kelompok II banyak menonton kartun dan program anak. Mereka senang dengan tayangan Laptop Si Unyil, Si Bolang, dan Dunia Binatang. Anak-anak yang duduk di kelas 3 dan 4 ini sudah bisa mengerti bahwa acara anak dapat menambah wawasan.

Keempat, dari total 16 anak peserta FGD, 100% mengatakan bahwa wisata itu menyenangkan dan mereka suka berwisata. Biasanya mereka berwisata pada saat akhir pekan bersama dengan orang tua dan kakak/adik.

Kelima, walaupun ada beberapa anak yang tidak bisa bersepeda, anak-anak tersebut ingin belajar agar mampu bersepeda. Anak-anak juga mengaku senang dan ingin menonton jika ada acara wisata dengan bersepeda terutama ke tempat-tempat di luar Jakarta seperti Bali dan Lombok.

Penulis juga melakukan riset khalayak berupa penyebaran kuesioner sebagai kelanjutan dari hasil riset FGD. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode ini dilakukan agar mendapatkan jawaban yang relevan, tepat sasaran, dan representatif.

Kuesioner disebar ke 75 anak laki-laki dan perempuan sebagai konsumen televisi yang berusia 6 – 12 tahun atau dengan estimasi duduk di bangku Sekolah Dasar dan berasal dari keluarga dengan SES A, B, dan C. Penulis menentukan responden dari dua sekolah dengan SES yang berbeda.

Pertama, penulis menyebarkan sebanyak 55 kuesioner ke SD Strada Wiyatasana di Pejaten, Jakarta Selatan. Rata-rata keluarga di sekolah ini berstatus sosial ekonomi A dan B (pengeluaran di atas Rp 2.000.000,-/ bulan).

Kedua, penulis menyebarkan sebanyak 20 kuesioner ke SDN 012 Pagi di Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Mayoritas keluarga dari siswa/i di sekolah ini berstatus ekonomi C (pengeluaran di bawah Rp 2.000.000,-/ bulan). Informasi mengenai finansial keluarga responden diperoleh penulis berdasarkan wawancara dengan pihak yang berkepentingan di masing-masing sekolah.

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas anak menyatakan hampir setiap hari (Senin-Minggu) menonton televisi dengan durasi 3-5 jam/ hari. Waktu

terbanyak anak-anak menonton televisi yaitu sesudah pulang sekolah pada pukul 14.00 – 16.00.

Anak-anak mengaku senang berjalan-jalan atau berwisata. Mereka biasanya berjalan-jalan bersama keluarga (orang tua, kakak dan adik). Tujuan jalan-jalan yang dilakukan mayoritas adalah *mall*/ pusat perbelanjaan dan sangat sedikit yang berwisata ke tempat olahraga, kebun binatang maupun tempat bersejarah. Sebanyak 99% responden anak-anak menyatakan suka bersepeda dan 83% ingin menonton acara wisata bersepeda.

Untuk memperkuat informasi, penulis juga melakukan wawancara dengan salah satu target sekunder program “*Gowes Wisata*” yaitu orang tua. Orang tua tersebut merupakan ayah dan ibu yang memiliki anak berusia 6 – 12 tahun. Penulis mewawancarai 5 ayah dan 5 ibu dengan latar belakang yang berbeda-beda namun dengan status sosial ekonomi A, B, dan C.

Sebagian orang tua mengatakan jarang mengajak anak untuk berjalan-jalan ke tempat wisata dengan alasan sibuk bekerja dan tidak ada waktu. Mereka lebih sering mengajak anak-anaknya ke *mall*/ pusat perbelanjaan sekitar 1 – 4 kali dalam sebulan. Sedangkan, berjalan-jalan ke tempat wisata hanya dilakukan 2 bulan sekali dan ada yang hanya berwisata saat liburan sekolah. Namun, mereka menyadari bahwa anak-anak senang berwisata dan manfaatnya baik untuk anak. Biasanya yang mengajak berwisata adalah anak-anak sendiri. Anak-anak mendapatkan info tempat wisata dari televisi dan mendengar cerita dari teman sekolahnya.

Orang tua cenderung mengikuti kemauan anak dan beberapa orang tua sering kebingungan menentukan tempat wisata yang tepat. Semua orang tua menyatakan setuju dengan adanya program “*Gowes Wisata*” yang menayangkan wisata bersepeda. Alasannya, untuk menambah wawasan, menjaga kesehatan, serta bersepeda dan berwisata dinilai sebagai kegiatan yang menyenangkan.

1.2.2 Riset Program

Tabel 1.2 10 Top Children Program (Periode 24 – 30 Oktober 2011)

TOP 10 PROGRAM BY TARGET - All national channels, 10 cities, ses ABC
24 - 30 OCTOBER 2011

Analysis : Programmes
Selected date(s) : 24/10/2011 - 30/10/2011;
Selected channel(s) : TVRI1; RCTI; SCTV; ANTV; METRO; TRANS; Global TV; TRANS7; TVONE; MNCTV; INDOSIAR;
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (All days);
Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin
Selected target(s) : All people from SES ABC
Total Individuals (5+, 10 cities) : 39,053,452 individuals

Target SES ABC							
No.	Program	Channel	Program Type	Average number of audience	Rating (%) [*]	Share (%) ^{**}	Index
1	NONO FOREST	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,590,000	4.1	19.3	102
2	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,469,000	3.7	16.6	96
3	THE OWL	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,199,000	3.1	14.3	96
4	AKSI DIDI TIKUS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,130,000	2.9	16.8	94
5	DORAEMON	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	829,000	2.4	19.7	91
6	OSCAR'S OASIS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	873,000	2.2	13.5	93
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	GLOBAL TV	Children:Series Anim/Puppe	813,000	2.1	14.8	102
8	LAPTOP SI UNYIL	TRANS7	Children:Edutainment	726,000	1.9	14.6	100
9	CRAYON SHINCHAN	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	682,000	1.7	15.5	97
10	CITA CITAKU	TRANS7	Children:Edutainment	676,000	1.7	14.0	100

Source: Nielsen Audience Measurement

* Percentage of average number of audience towards TV population

** Percentage of average number of audience towards total TV viewers

Sumber : Lembaga riset AGB Nielsen

Hasil riset yang dilakukan lembaga AGB Nielsen Media Research pada bulan Oktober 2011 terhadap sebelas stasiun televisi nasional memperlihatkan bahwa program animasi/ *puppet* memiliki *rating* yang tinggi, artinya menyedot perhatian pemirsa anak lebih banyak dibandingkan program lain. Dari 10 program dengan *rating share* tertinggi, 8 di antaranya merupakan program anak dengan tipe animasi. Namun, setelah penulis telaah lebih lanjut, program animasi tersebut ditayangkan pada dua waktu, yaitu pada pagi hari pukul 08.00 – 09.00 dan sore hari pukul 17.00 – 18.00.

Menurut data ini, penulis menyusun strategi dengan menayangkan program “*Gowes Wisata*” di luar program animasi tersebut. Pemirsa cilik dapat menyaksikan program “*Gowes Wisata*” tanpa harus berbenturan dengan program animasi kesayangan mereka.

Berdasarkan tabel di bawah, terdapat 2 program anak *edutainment*, yaitu *Laptop Si Unyil* dan *Cita-citaku*. Kedua program tersebut ditayangkan di stasiun televisi Trans7. *Rating* kedua program tersebut termasuk tinggi, pemirsa cilik juga menyukai program *edutainment*. Program *edutainment* tersebut tidak kalah

dengan program animasi. Oleh karena itu, “*Gowes Wisata*” yang juga bertajuk *edutainment* dan akan ditayangkan di Trans7 memiliki kesempatan besar untuk menarik perhatian pemirsa khususnya anak-anak.

Tabel 1.3 *Rating dan Share Program Anak Trans7 by Week*,
(Periode 30 Oktober – 5 November 2011)

Program	TVR	TVS	Jenis Program
Laptop Si Unyil	1.8	14.2	<i>Feature edutainment</i>
Si Bolang	1.3	11.8	<i>Feature edutainment</i>
Dunia Binatang	1.5	13.5	<i>Feature edutainment</i>
Dunia Air	1.3	11.3	<i>Feature edutainment</i>
Cita-citaku	1.8	15.0	<i>Feature edutainment</i>
Koki Cilik	1.3	11.7	<i>Feature edutainment</i>

Sumber : Lembaga riset AGB Nielsen

Data pada tabel 1.3 menunjukkan daftar *rating* dan *share* beberapa program anak yang ditayangkan di Trans7 pada akhir Oktober – awal November 2011. Penulis melihat bahwa program *feature* untuk pemirsa cilik memperoleh *rating* dan *share* pemirsa yang cukup tinggi. “Laptop Si Unyil” mencapai *rating* 1.8 dan *share* 14.2 dan “Cita-citaku” juga mencapai *rating* 1.8 dan *share* 15.0. Kedua program tersebut juga mengalahkan program-program di luar program anak.

Data ini menunjukkan bahwa, Trans7 berada dalam posisi yang kuat dan cocok untuk menampilkan program *feature* untuk anak-anak. Trans7 merupakan stasiun televisi nasional yang menampilkan program anak *edutainment* dengan jumlah paling banyak. Stasiun televisi Global TV dan ANTV juga cukup banyak menyajikan program anak, tetapi mayoritas berupa program animasi dan *puppet*, bukan program *feature edutainment*.

1.3 Pernyataan Kebutuhan

Televisi merupakan media yang sudah tidak asing lagi bagi anak-anak. Kegiatan menonton televisi menjadi kegiatan rutin yang dilakukan hampir oleh

semua anak di Indonesia. Berdasarkan hasil riset, penulis melihat bahwa anak-anak menghabiskan waktu menonton televisi rata-rata 5 jam/ hari, bahkan ada yang mencapai 9 jam. Padahal waktu menonton ideal bagi anak-anak menurut Bobby Guntarto, Ketua YPMA, adalah 2 jam/ hari.

Pengaruh televisi begitu besar bagi anak-anak. Psikolog Perkembangan Anak, Edward Andri, S.Psi, M.Psi, menyampaikan bahwa masa kanak-kanak terutama usia 6 – 12 tahun merupakan masa yang menentukan perkembangan anak, di mana mereka akan mudah menyerap informasi dan juga meniru hal-hal yang ada di sekitarnya, termasuk televisi. Maka dari itu, sangat penting menampilkan program anak yang padat informasi dengan pengemasan yang dinamis, kreatif, serta tidak monoton (Cook M., 2007). Program wisata edukasi anak merupakan program yang tepat. Anak-anak tentu jenuh setelah belajar di sekolah secara terus-menerus. Anak-anak pun memerlukan penyegaran dengan berwisata. Dari data riset yang dilakukan penulis juga menunjukkan bahwa 93% anak suka berwisata.

Sebenarnya berwisata bukan hanya mengedepankan kesenangan semata melainkan juga mengandung unsur pembelajaran secara implisit. Melalui obyek wisata yang dikunjungi, rasa keingintahuan anak akan tergali dan anak akan belajar mengenai banyak hal dari obyek tersebut. Terlebih jika berwisata menggunakan sepeda yang ramah lingkungan dan baik untuk kesehatan. Anak-anak sejak dini akan belajar cara menjaga lingkungan dari hal-hal praktis seperti bersepeda. Dengan bersepeda pun, anak-anak akan terus bergerak dan berolahraga. Selain pintar, cinta lingkungan, anak-anak akan tumbuh menjadi pribadi yang sehat.

Program ini juga akan mengangkat wisata itu sendiri. Anak-anak perlu mengenal potensi wisata yang ada di negrinya. Indonesia memiliki banyak tempat wisata indah dan unik yang patut untuk dikunjungi. Berjalan-jalan tidak hanya ke *mall* atau pusat perbelanjaan seperti kebanyakan keluarga saat ini, karena banyak pilihan tempat wisata lain yang cocok untuk anak.

BAGIAN DUA

MANFAAT DAN TUJUAN

2.1 Manfaat

2.1.1 Manfaat bagi Khalayak

Program ini memberikan alternatif tontonan bagi anak-anak Indonesia pada khususnya dan bagi keluarga pada umumnya. Program “*Gowes Wisata*” tidak hanya menghibur dengan tema wisata, tetapi juga mendidik karena menyisipkan unsur pembelajaran di dalamnya. Anak-anak yang bosan dengan aktivitas belajar di sekolah dapat *refreshing* sejenak saat menonton acara ini.

Pemirsa cilik pun dapat terinspirasi untuk berwisata unik dengan bersepeda. Dengan muatan yang edukatif dan kemasan yang berbeda, anak-anak dapat mengenal tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia. Program ini memberikan pemikiran bahwa jalan-jalan tidak hanya ke *mall* atau pusat perbelanjaan tetapi masih banyak tempat wisata lain yang menawarkan keindahan serta cocok untuk anak-anak.

Adapun manfaat utama yang ingin dicapai melalui program “*Gowes Wisata*” ini, antara lain :

- Memperkenalkan dan memberikan alternatif tempat wisata yang tersebar di Indonesia
- Memberikan cara wisata unik dengan menggunakan sepeda yang ramah lingkungan, melatih otot dan fisik, serta aman bagi anak
- Menyuguhkan pembelajaran edukatif dan komunikatif dari obyek menarik yang ada di tempat wisata
- Memberikan sisipan pesan positif melalui dialog sehari-hari antar anak dan antara anak dengan anggota keluarga lain.

2.1.2 Manfaat bagi Pengelola

Selain bermanfaat bagi khalayak, program ini juga memberikan manfaat bagi stasiun TV yang menayangkannya. Manfaat bagi pihak pengelola, antara lain:

- Mengangkat citra positif bagi stasiun TV karena mampu menyajikan program wisata edukasi yang menarik dan mendidik bagi anak-anak.

Citra positif sangat diperlukan bagi stasiun TV untuk meningkatkan loyalitas penonton.

- Secara finansial, program ini sangat menjanjikan untuk dapat menarik pengiklan. Pengiklan dapat berasal dari produsen produk dengan anak-anak yang menjadi sasaran utama. Selain itu, perusahaan sepeda serta pengelola tempat wisata juga dapat memberikan suntikan finansial bagi program ini. Nilai jual lain, bahwa anak-anak sebagai target khalayak utama banyak menghabiskan waktunya di depan televisi dan keluarga (ayah, ibu, kakak atau adik) menjadi sasaran kedua juga akan merangsang keinginan anak, termasuk ketika melihat iklan televisi.

2.2 Tujuan

2.2.1 Tujuan Sosial

Secara sosial, program ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

- Memberikan hiburan yang edukatif dan informatif bagi anak-anak
- Mengangkat dan melestarikan pariwisata yang tersebar di seluruh Indonesia agar lebih dikenal oleh pemirsa cilik
- Memberikan insiprasi tempat wisata yang bisa dikunjungi oleh anak-anak bersama keluarganya
- Menyuguhkan alternatif cara belajar baru kepada anak-anak dengan cara berkeliling di tempat wisata menggunakan sepeda
- Membiasakan gaya hidup sehat kepada anak-anak dengan kegiatan bersepeda yang dapat melatih otot fisik
- Mengajak anak-anak untuk memelihara lingkungan sejak dini dengan kegiatan bersepeda yang ramah lingkungan dan bebas polusi
- Menghidupkan keceriaan anak dengan salah satu kegemarannya, bermain sepeda
- Mendekatkan anak-anak dengan lingkungan terdekatnya, keluarga, mulai dari ayah, ibu, adik/ kakak melalui jalinan cerita yang dibangun dalam program ini

2.2.2 Tujuan Ekonomis

Stasiun televisi sebagai suatu industri media massa, selain memiliki tujuan sosial, juga mengharapkan keuntungan finansial. Keuntungan dapat diperoleh dari para pengiklan dengan segmen pasar yang sesuai dengan program ini. Selain itu, program ini dapat menggandeng perusahaan/ lembaga lain yang sejalan dengan program ini yaitu mengenai pariwisata dan gaya hidup sehat bersepeda. Kerja sama dengan berbagai pihak akan dapat menekan biaya produksi. Tujuan ekonomis ini akan menunjang tercapainya tujuan sosial yang telah disebutkan sebelumnya secara nyata dan berkesinambungan.



BAGIAN TIGA

PROTOTIPE YANG DIKEMBANGKAN

3.1 Penjelasan Program *Feature* Anak “*Gowes Wisata*”

“*Gowes Wisata*” merupakan sebuah tayangan *feature* anak-anak dengan durasi 30 menit yang secara spesifik mengangkat wisata edukasi bersama keluarga ke obyek-obyek wisata yang ada di Indonesia dengan cara bersepeda. Program ini akan dikemas dengan format jalan-jalan sambil belajar dengan target khalayak anak-anak usia 6 – 12 tahun (estimasi duduk di bangku SD).

Program televisi “*Gowes Wisata*” memiliki beberapa aspek utama, yaitu : berwisata sehat menggunakan sepeda, menyisipkan unsur edukasi dalam perjalanan wisata, dan interaksi anak dengan keluarga sewaktu berwisata. Program ini akan dibawakan oleh *host* berupa ikon animasi ‘sepeda pintar’ bernama *Mr. Kring*. Nama ikon ini berdasarkan hasil riset terbanyak melalui kuesioner.

Setiap episode, *keluarga gowes* (sebutan untuk keluarga yang berwisata sepeda) akan berpergian ke berbagai tempat wisata yang ada di Indonesia. Keluarga tersebut akan mengulas obyek menarik yang ada di tempat wisata sambil belajar bersama *Mr. Kring*. Alunan musik berupa *backsound* dan *sound effect* akan melengkapi tayangan ini untuk membangun keceriaan selama berwisata.

Program ini disajikan dengan format *feature*. Format *feature* dianggap cocok untuk program wisata edukasi anak ini karena mampu menyampaikan pesan dengan baik, mengingat *feature* sebagai suatu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema, namun diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroiti secara kritis, dan disajikan dengan berbagai format (Wibowo, 1997). Menurut Bobby Guntarto, Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), format *feature* juga dinilai lebih sesuai untuk anak sekolah terutama anak SD karena anak sudah dapat memahami jalan cerita yang berkesinambungan dengan lebih baik, ketimbang anak prasekolah yang konsentrasinya masih terbatas.

3.2 Stasiun Televisi

Trans7 adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang berdiri pada tahun 2006. Saat ini, Trans7 berada di bawah naungan PT. Trans Corpora yang merupakan anak perusahaan dari Para Group. Trans7 sudah berkomitmen untuk menyajikan berbagai tayangan berupa informasi dan hiburan bagi pemirsanya. Trans7 berusaha menjangkau semua umur, mulai dari anak-anak hingga pemirsa dewasa, baik laki-laki maupun perempuan. Target audiens yang menjadi sasaran Trans7 berada dalam Status Sosial Ekonomi (SSE) A, B, dan C.

Trans7 mengemban visi, “*Sebagai sebuah stasiun swasta yang menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta berkepribadian yang aktif.*” Program-program yang informatif, kreatif, dan inovatif pun dihasilkan guna mewujudkan visi tersebut. Dilihat dari visi Trans7, stasiun televisi ini selalu menayangkan program yang menghibur tetapi juga sarat dengan nilai pendidikan untuk mencerdaskan pemirsanya. Oleh karena itu, Trans7 merupakan stasiun televisi yang tepat untuk menayangkan program “*Gowes Wisata*”. Program *feature* anak ini memiliki tujuan yang sama dengan Trans7, yaitu memberikan hiburan dan pengetahuan bagi anak-anak.

“*Gowes Wisata*” menjadi sebuah varian baru dalam program edukasi anak-anak yang sudah banyak ditayangkan oleh Trans7. Trans7 memang sudah lekat dengan keberhasilannya menghasilkan program yang aman untuk anak karena mengandung unsur edukasi.

Boby Guntarto mengatakan, Trans7 dapat secara kreatif memproduksi program-program anak. Sejauh ini program yang ditayangkan berada ke dalam kategori hijau atau aman untuk anak seperti *Jalan Sesama*, *Laptop Si Unyil*, dan *Si Bolang*. Pernyataan ini dikuatkan pula oleh *Executive Producer* Trans7 Divisi *Adventure & Education*, Ronny Suyanto, bahwa Trans7 akan tetap konsisten untuk menayangkan program anak karena *rating* dan *share* yang stabil dan cenderung tinggi.

Maka dari itu, dengan menghadirkan inovasi baru melalui program “*Gowes Wisata*” ini, Trans7 akan dapat mempertahankan visi yang dinilai positif oleh pemirsanya. Walaupun Trans7 sudah banyak menayangkan program wisata

anak, program wisata bersepeda bagi anak-anak dan keluarga akan menjadi suguhan yang berbeda. Program ini pun tidak hanya akan berjalan-jalan tetapi juga akan menyuguhkan pembelajaran terkait dengan obyek wisata yang dikunjungi.

3.3 Sasaran Khalayak

3.3.1 Segmentasi Khalayak

Segmentasi khalayak sering pula disebut dengan segmentasi pasar dalam suatu industri. Eric Berkowitz dan rekan mendefinisikan segmentasi pasar yaitu membagi suatu pasar kedalam kelompok-kelompok yang jelas yang (1) memiliki kebutuhan yang sama dan (2) memberikan respon yang sama terhadap suatu tindakan pemasaran. Dengan demikian, segmentasi pasar adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengelompokkan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen (Berkowitz, 2000).

Stasiun televisi sebagai suatu industri, juga memerlukan segmentasi khalayak untuk mengelompokkan pemirsanya baik secara umum, maupun secara khusus di setiap programnya. Segmentasi ini diperlukan dapat melayani khalayak secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan khalayak yang dituju (Morissan, 2005).

Persaingan di industri pertelevisian semakin ketat, semua stasiun televisi berlomba-lomba untuk memuaskan khalayaknya. Akibatnya, suatu stasiun televisi sulit untuk dapat menguasai dan menjangkau seluruh khalayak. Oleh karena itu, dibentuklah strategi dengan mengerucutkan segmentasi khalayak berdasarkan kategori-kategori tertentu, seperti geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku (Kotler P., 1997). Kategori ini akan memperjelas kriteria khalayak yang dituju dalam suatu program televisi.

3.3.2 Aspek Geografis

Segmentasi geografis mengelompokkan khalayak berdasarkan cakupan suatu wilayah seperti negara, provinsi, kabupaten, kota, hingga perumahan.

Pembagian ini dikarenakan suatu wilayah memiliki karakter yang berbeda dengan wilayah lain.

“*Gowes Wisata*” akan disiarkan di stasiun televisi Trans7. Oleh karena itu, target khalayak program ini adalah pemirsa televisi di Indonesia yang sesuai dengan target dan jangkauan stasiun induk Trans7. Trans7 memiliki 48 transmisi yang terdata hingga Desember 2011, antara lain menjangkau wilayah Ambon, Balikpapan, Bandung, Banjarmasin, Banyumas, Cirebon, Denpasar, Garut, Jakarta, Jayapura, Kediri, Kupang, Lampung, Madiun, Makassar, Malang, Manado, Medan, Padang, Palangkaraya, Palembang, Palu, Pekanbaru, Pontianak, Purwokerto, Samarinda, Semarang, Surabaya, Tegal, Ternate, Yogyakarta/ Solo, dsb.

3.3.3 Aspek Demografis

Segmentasi berdasarkan demografi adalah segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya : usia, jenis kelamin, pendidikan, tingkat penghasilan, dan sebagainya (Morissan, 2005). Aspek demografis dari program *Gowes Wisata* ini, yaitu:

- Usia : 6 – 12 tahun
- Pendidikan : Sekolah Dasar
- Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan
- SSE : A, B dan C

3.3.4 Aspek Status Sosial Ekonomi

Status Sosial Ekonomi (SSE) adalah penggolongan kelas dalam masyarakat berdasarkan besarnya pengeluaran rutin bulanan rumah tangga, seperti listrik, air, bahan bakar, makanan, belanja bulanan, uang sekolah anak, dan lain-lain. Namun, tidak termasuk pengeluaran untuk pembayaran cicilan, seperti kredit mobil, kredit rumah, kartu kredit, dan lain-lain (AGB Nielsen, 2011).

Penggolongan Status Sosial Ekonomi adalah sebagai berikut :

- SES AB atau menengah atas : pengeluaran di atas Rp 2.000.000,-
- SES CDE atau menengah bawah : pengeluaran di bawah Rp 2.000.000,-

Tabel 3.1 *Rating* Program Televisi Berdasarkan Status Sosial Ekonomi

TV AUDIENCE PROFILE - All national channels, 10 cities, all 5+
24 - 30 OCTOBER 2011

Analysis : DayParts
 Selected date(s) : 24/10/2011 - 30/10/2011;
 Selected channel(s) : Total TV;
 Selected day part(s) : 02:00:00 - 26:59:59 (All days);
 Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin
 Selected target(s) : All people above 5 years old
 Total Individuals (5+, 10 cities)
 SES AB - 12,870,158 individuals
 SES C - 26,183,293 individuals
 SES DE - 13,169,823 individuals

Channel	Target	Average number of audience	Rating (%) ^a
Total TV	SES AB	1,569,000	12.2
	SES C	3,239,000	12.4
	SES DE	1,561,000	11.9

Source: Nielsen Audience Measurement

^a Percentage of average number of audience towards TV population

Sumber : Lembaga riset AGB Nielsen

Potensi pemirsa dengan status sosial ekonomi AB dan C memiliki *rating* yang seimbang yaitu AB sebesar 12,2% sedangkan C sebesar 12,4%. Selain itu, program anak yang disuguhkan Trans7 menurut *Executive Producer* Divisi *Adventure & Education*, Ronny Suyanto, mayoritas untuk kalangan A, B, dan juga C. Oleh karena itu, program “*Gowes Wisata*” ditujukan untuk khalayak dengan SES A, B, dan C.

3.3.5 Aspek Psikografis

Segmentasi ini mengklasifikasi khalayak berdasarkan kepribadian dan gaya hidup. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang dan pilihan konsumsi seseorang (Morissan, 2005). Gaya hidup khalayak ini diukur berdasarkan 3 aspek, yaitu *activity*, *interest*, dan *opinion*.

Berdasarkan FGD dan penyebaran kuesioner terhadap siswa-siswi SD Strada Wiyatasana dan SDN 012 Pagi pada minggu ke-4 bulan November 2011, maka diperoleh karakteristik psikografis calon khalayak “*Gowes Wisata*” sebagai berikut:

- *Activity*

Konsep ini mencakup pekerjaan serta bagaimana khalayak menghabiskan waktu luangnya. Berdasarkan hasil FGD, anak-anak

usia 6 – 12 tahun merupakan pribadi yang senang bercerita, aktif, dan tertarik dengan hal-hal yang baru. Hampir semua anak memiliki kegiatan lain di luar kegiatan belajar mengajar di sekolah, seperti kursus mata pelajaran, kursus kumon, kursus musik, dan sebagainya. Waktu mereka menonton televisi adalah di sela-sela kursus, siang menjelang sore hari, dan juga malam hari sebelum tidur.

Anak-anak usia 6 – 12 tahun masih sangat bergantung dengan orang tuanya, termasuk dalam masalah keuangan. Uang jajan diberikan setiap hari untuk *jajan* di sekolah. Namun bila berpergian bersama keluarga, mereka biasanya meminta orang tua untuk membelikan sesuatu yang anak inginkan. Kondisi ini berpotensi untuk menarik pengiklan karena banyak pula anak yang tertarik membeli suatu hal karena tayangan iklan televisi.

- *Interest*

Konsep ini mencakup ketertarikan khalayak dalam lingkungan sosialnya. Berdasarkan FGD, anak-anak usia 6 – 12 tahun memiliki ketertarikan yang berbeda berdasarkan jenis kelaminnya. Anak laki-laki menyukai olahraga seperti sepak bola, renang dan juga sepeda, sedangkan anak perempuan lebih tertarik kepada seni, mengoleksi suatu benda, musik, dan film. Namun baik laki-laki maupun perempuan, sama-sama senang menonton televisi terutama kartun, hanya saja jenis acara yang ditonton berbeda. Anak laki-laki lebih senang menonton animasi *action*, sedangkan perempuan menyukai animasi binatang dan cerita drama. Anak-anak usia 6 – 12 tahun secara umum memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Mereka senang jika diajak ke tempat yang dapat memberikan pengalaman dan ilmu baru bagi mereka.

- *Opinion*

Anak-anak usia 6–12 tahun merupakan masa perkembangan dan pertumbuhan. Sejalan dengan teori Bandura, bahwa anak-anak mudah meniru apa yang dilihat dan didengarnya,

kadang anak juga belum tahu mana yang baik dan tidak baik. Televisi merupakan salah satu media yang paling efektif dalam proses imitasi atau peniruan yang dilakukan anak-anak. Namun, efektivitas televisi akan berubah menjadi bahaya jika yang ditampilkan bukanlah porsi untuk anak-anak. Semakin bertambah usia anak-anak, semakin bertambah pula informasi yang dapat diserap dan dimengerti, maka semakin besar pula resiko yang dapat mempengaruhi anak-anak. Oleh karena itu, televisi haruslah menayangkan program yang baik untuk perkembangan anak sesuai dengan jam tonton anak.

3.3.6 Aspek Teknografis

Segmentasi teknografis meliputi kemampuan dan akses khalayak dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Aspek teknografis membedakan pemirsa media berdasarkan konsumsi barang-barang berteknologi modern seperti barang-barang elektronik (Kasali R., 1998). Berdasarkan *focus group discussion*, target khalayak program “*Gowes Wisata*” adalah mereka yang memiliki televisi di rumahnya dan menggunakan televisi sebagai sumber informasi dan hiburan, selain media cetak, radio, dan media *online*.

3.4 Analisis SWOT

- **Strength**
 - Ditayangkan pada spot jam tayang program anak Trans7.
 - Memyuguhkan format program *feature edutainment* yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik pemirsanya.
 - *Host* animasi *Mr. Kring* dan gambar animasi pendukung merupakan salah satu faktor yang akan menarik perhatian pemirsa anak.
 - *Keluarga gowes* yang berbeda-beda di setiap episode membuat program tidak monoton.
 - Satu program yang beragam manfaat, yaitu dapat menambah wawasan, menyehatkan badan dan menumbuhkan cinta lingkungan melalui bersepeda bersama keluarga

- Tampilan program yang dinamis dan indah dikarenakan lokasi *shooting* yang berpindah-pindah di setiap episode.

- **Weaknesses**

- Dialog antara anggota keluarga yang terlalu banyak dapat menimbulkan kebosanan.
- Banyaknya *talent* keluarga yang dihadirkan dan perpindahan lokasi yang cepat menyulitkan pengarahannya dan pengambilan gambar.
- *Talent* yang digunakan adalah orang-orang awam (bukan keluarga terkenal) sehingga dimungkinkan akan sulit menarik perhatian pemirsa.

- **Opportunities**

- Belum ada program *feature* anak yang mengangkat secara khusus mengenai pengenalan tempat wisata dengan cara bersepeda bersama keluarga.
- Isu lingkungan merupakan isu yang sedang diangkat dalam upaya menyadarkan masyarakat akan kondisi alam sekitar kita. Sepeda menjadi salah satu cara untuk mencintai lingkungan.
- Beberapa kota besar sedang membudayakan masyarakat untuk bersepeda.
- Program ini akan mendapat banyak dukungan dan sponsor dari tempat wisata, perusahaan sepeda, dan pengiklan produk anak.
- Tema wisata atau jalan-jalan disukai anak-anak.
- Tidak sedikit anak yang mampu dan senang bersepeda.
- Trans7 sebagai televisi penayangan telah dikenal masyarakat luas sehingga tidaklah sulit menarik perhatian pemirsa anak se-Indonesia untuk menonton program ini.

- **Threats**

- Tidak semua anggota dalam satu keluarga menyukai sepeda dan mungkin ada yang tidak bisa bersepeda.
- Terbatasnya jumlah tempat wisata yang menyediakan fasilitas bersepeda dan memperbolehkan berkeliling menggunakan sepeda.

- Program anak dengan format *feature edutainment* telah banyak ditayangkan di berbagai stasiun televisi.
- Program ini juga harus mampu bersaing dengan program kartun atau animasi anak-anak yang sebagian besar menduduki *rating* tinggi berdasarkan riset AGB Nielsen.

3.5 Posisi dan Diferensiasi Produk

Ada beberapa hal yang menjadikan program “*Gowes Wisata*” merupakan program yang unik dan berbeda dengan program anak lain :

- **Wisata keluarga dengan bersepeda**
Program lain yang menayangkan acara jalan-jalan biasanya hanya terdiri dari anak-anak. Faktanya, anak-anak cenderung berwisata dan berpergian bersama orang tua. Hasil riset pun mengatakan bahwa anak-anak akan bersama orang tua pada saat berwisata. Oleh karena itu, program ini menghadirkan wisata bersama keluarga dengan tetap fokus kepada kegiatan anak.
- **Interaksi di dalam keluarga**
Program ini menekankan interaksi dalam keluarga antara anak dengan ayah, ibu, dan anak melalui percakapan selama berwisata. Interaksi ini merupakan cerminan keharmonisan keluarga yang baik untuk dicontoh.
- **Fokus di satu tempat wisata sesuai tema yang diangkat**
Anak-anak perlu tahu mengenai keberadaan suatu tempat wisata yang unik dan alasan tempat wisata itu patut dikunjungi.
- **Menyuguhkan cara berbeda untuk mencintai lingkungan dan hidup sehat**
Sejak dini, anak-anak perlu diajarkan untuk mencintai lingkungan sekitarnya dan bergaya hidup sehat, salah satunya dengan bersepeda.

3.6 Judul Program

Pemilihan judul program ini berdasarkan riset dengan kuesioner yang dilakukan terhadap 75 responden dengan rentang usia 6 – 12 tahun. Penulis

meminta responden untuk memilih satu dari empat judul, yaitu *Gowes Pintar*, *Gowes Wisata*, *Sepeda Ceria*, dan *Wisata Sepeda*. Hasil yang diperoleh dari riset tersebut yaitu judul program *Gowes Wisata* (38), *Wisata Sepeda* (20), *Sepeda Ceria* (12), *Gowes Pintar* (5).

Menurut responden, judul "*Gowes Wisata*" paling menggambarkan program wisata dengan bersepeda. Kata *Gowes* terdengar unik dan identik dengan sepeda sehingga sudah akrab di telinga pemirsa. Sedangkan, kata *Wisata* menggambarkan bahwa program ini berisi jalan-jalan yang menyenangkan. Dilihat dari sisi bisnis, nama ini tidak mengarah pada merek dagang tertentu, sehingga siapapun bebas beriklan di acara ini.

3.7 Sinopsis Program

"*Gowes Wisata*" merupakan program *feature* anak yang menceritakan tentang perjalanan wisata *keluarga gowes* dengan bersepeda. *Keluarga gowes* adalah sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, dan dua anak yang gemar berwisata untuk mengisi *weekend* atau liburan sekolah. *Keluarga gowes* selalu mengedepankan gaya hidup sehat dan cinta lingkungan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Tidaklah sulit cara yang mereka terapkan, yaitu bersepeda. Menurut mereka, bersepeda itu cara olahraga praktis, murah, dan tidak membuat polusi.

Dalam episode pertama *Wisata Gowes*, keluarga yang diangkat memang memiliki kecintaan terhadap sepeda. Walaupun hidup di perkotaan, kota Jakarta, mereka berusaha menunjukkan kecintaannya tersebut dalam keseharian mereka.

Keluarga gowes selalu memilih tempat-tempat wisata yang menyediakan fasilitas bersepeda sekaligus sarana belajar bagi anak-anak. Sambil *gowes*, anak-anak akan sehat sekaligus memiliki rasa keingintahuan tinggi. Inilah cara ayah dan ibu untuk membiasakan anak-anak mereka untuk hidup sehat dan cerdas sejak dini. Selain itu, anak-anak akan mengenal bahwa Indonesia memiliki potensi wisata yang besar dan wajib dikunjungi.

Selama berwisata, *keluarga gowes* akan selalu dipandu oleh ikon animasi sepeda pintar bernama *Mr. Kring*. *Mr. Kring* akan menemani sekaligus memberikan informasi edukatif bagi *keluarga gowes*, khususnya anak-anak. Anak-anak dapat berinteraksi langsung dengan ikon ini.

3.8 Waktu Tayang

Penulis akan menempatkan program *feature* “*Gowes Wisata*” pada hari Kamis pada pukul 15.00 – 15.30 WIB di stasiun televisi Trans7. Pemilihan jam tersebut didasarkan atas berbagai pertimbangan, antara lain :

- Riset khalayak

Berdasarkan hasil riset melalui kuesioner dan FGD menunjukkan, anak-anak hampir setiap hari menonton televisi. Jumlah penonton anak pada saat hari biasa maupun *weekend* (Sabtu dan Minggu) tidak jauh berbeda. Hari Kamis merupakan hari biasa yang paling banyak dipilih dari hasil riset khalayak.

- Substitusi program

Pada hari Kamis pukul 15.00 adalah waktu tayang program anak “*Kuas Ajaib*”. Dibandingkan dengan program lain yang sejenis, *rating* “*Kuas Ajaib*” cenderung lebih rendah. Berdasarkan pertimbangan dari Ronny Suyanto, *Executive Producer* Divisi *Adventure & Education* Trans7, program yang paling memungkinkan untuk diganti adalah “*Kuas Ajaib*”. Oleh karena itu, program “*Gowes Wisata*” akan ditempatkan sebagai pengganti “*Kuas Ajaib*”. “*Kuas Ajaib*” juga merupakan program jalan-jalan sehingga tidak jauh berbeda dengan “*Gowes Wisata*”. Penggantian program diharapkan akan meningkatkan *rating* dan *share*.

Tabel 3.2 *Rating & Share* Program “*Kuas Ajaib*”

Market	Target	Activity			
ALL-Markets	Total Individuals	Non Bedtime Viewing			
Description (grouped)	Day of week	ISO Week	Date\Variable	TVR	Share
KUAS AJAIB	Monday	40	03/10/2011	1,3	13,3
	Thursday	41	13/10/2011	1,2	10,2
		42	20/10/2011	1,6	14,3
		43	27/10/2011	1,0	10,6
		44	03/11/2011	0,9	9,2
Summary KUAS AJAIB				1,2	11,5

Sumber : Lembaga riset AGB Nielsen

- Pemilihan hari

Berdasarkan wawancara dengan Atiek Nur Wahyuni, Presiden Direktur Trans7, *weekend* adalah waktu keluarga untuk berpergian. Maka, penulis lebih memilih hari biasa yaitu hari Kamis untuk penayangan program ini. Sabtu atau Minggu keluarga cenderung berpergian dan dimungkinkan tidak akan menonton televisi. Selain itu, kegiatan bersepeda seperti yang ditayangkan dalam “*Gowes Wisata*”, diharapkan dapat dilakukan oleh anak-anak bersama keluarganya pada saat *weekend* setelah penayangan program. Oleh karena itu, program “*Gowes Wisata*” ditayangkan pada hari Kamis dengan maksud agar keluarga memiliki waktu untuk mempersiapkan kegiatan berwisata untuk *weekend* mereka. Acara ini juga dapat dijadikan sebagai panduan wisata untuk keluarga.

- Pemilihan jam

Hasil riset khalayak menunjukkan bahwa waktu menonton anak terbanyak adalah pada pukul 14.00 – 15.59. Selain itu, kegiatan bersepeda sangat cocok jika dilakukan menjelang sore hari karena tujuan acara ini salah satunya untuk membudayakan bersepeda pada anak-anak. Maka dari itu, program “*Gowes Wisata*” ditayangkan di antara jam tonton terbanyak yaitu pukul 15.00 – 15.30. Selain itu, berdasarkan Tabel 3.3 dipaparkan bahwa program televisi lain pada pukul 15.00 hanya 1 yang bergenre *children*, sedangkan program lain memiliki genre yang berbeda dengan “*Gowes Wisata*”. *Hand Made* walaupun bergenre sama, program anak tersebut bukanlah saingan yang berat. *Hand Made* memiliki *rating* jauh di bawah acara “*Kuas Ajaib*” yaitu sekitar 0.6 dengan share 6.1. Isi dari acara *Hand Made* juga berbeda dengan “*Gowes Wisata*” karena fokus pada kreativitas anak untuk memanfaatkan barang bekas.

Tabel 3.3 Jadwal Acara TV Indonesia tiap Kamis, 15.00 WIB
(periode November 2011)

No.	Stasiun Televisi	Judul Program	Genre
1.	RCTI	Seputar Indonesia	Berita
2.	Trans TV	Keluarga Minus	<i>Series</i>

3.	SCTV	Uya Emang Kuya	<i>Reality & Variety Show</i>
4.	Indosiar	KISS	<i>Infotainment</i>
5.	ANTV	Mantap!	<i>Entertainment Music</i>
6.	MNC TV	Starlite	<i>Infotainment</i>
7.	Global TV	Hand Made	<i>Children</i>
8.	TV One	Tahukah Anda?	<i>Information</i>
9.	Metro TV	Bisnis Hari Ini	Berita

Sumber : Lembaga riset AGB Nielsen

3.9 Durasi Program

Durasi program ini disesuaikan dengan kemampuan target khalayak, yaitu anak-anak berusia 6-12 tahun dalam menerima tayangan di televisi. Berdasarkan wawancara dengan Bobby Guntarto, durasi yang ideal untuk anak-anak usia 6-12 tahun adalah 30 menit, sudah termasuk iklan. Psikolog Perkembangan Anak, Edward Andri, S.Psi, M.Psi mengatakan, anak-anak yang duduk di bangku SD dengan kisaran usia 6-12 tahun memiliki daya serap yang masih terbatas. Apabila tayangan terlalu lama, anak-anak akan mengalami kejenuhan. Dampak lainnya, apabila menonton TV terlalu lama, kondisi tubuh dan mata anak akan mudah lelah.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, program ini akan ditayangkan dengan durasi 30 menit yang terdiri dari 3 segmen. Antarsegmen akan diselingi iklan selama 3 menit sehingga total iklan 6 menit. Iklan yang ditayangkan akan disesuaikan dengan kebutuhan dan proporsi yang tepat untuk penggolongan program klasifikasi A (anak-anak) sesuai Pasal 66 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) Komisi Penyiaran Indonesia.

3.10 Format Program

Program “*Gowes Wisata*” disajikan dengan format *feature* yang mengandung unsur *edutainment*. *Feature* mampu menyampaikan pesan dengan baik, mengingat *feature* sebagai suatu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema, namun diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling

melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis, dan disajikan dengan berbagai format (Wibowo, 1997).

Edutainment merupakan konsep yang memadukan unsur pendidikan (*education*) dan hiburan (*entertainment*). *Edutainment* digunakan sebagai media pembelajaran yang dipenuhi nuansa menghibur dan mudah dicerna oleh penonton. Program anak yang ditayangkan Trans7 juga menggunakan konsep ini. Program “*Gowes Wisata*” memiliki dua unsur tersebut, yaitu pendidikan, dengan memberikan wawasan mengenai suatu obyek wisata, serta hiburan berupa pengemasan kegiatan wisata sepeda yang menarik dan menyenangkan.

3.11 Konsep Program

3.11.1 *Host*

Host atau pemandu acara dalam program *feature* “*Gowes Wisata*” adalah karakter animasi bernama “*Mister Kring*” atau “*Mr. Kring*”. Pemilihan nama *Mr. Kring* berdasarkan hasil riset kuesioner. Dari lima pilihan nama, *Mr. Kring* merupakan pilihan terbanyak responden, yaitu sebesar 41%. Sedangkan nama lain, *Mister Gowes* sebesar 24%, *Mister Gopi* (*Gowes Pintar*) sebesar 18%, *Paman Gowes* sebesar 9%, dan *Gocil* (*Gowes Cilik*) hanya 8%. *Host* yang dipilih merupakan karakter animasi dengan pertimbangan, saat ini anak-anak lebih menyukai animasi (gambar bergerak) dibandingkan tokoh nyata (orang). Era digital sudah masuk ke dalam dunia anak-anak, terbukti dengan ketertarikan anak-anak dengan *game*, kartun, dan film animasi. Dengan kehadiran animasi, keceriaan akan terbangun dan program ini menjadi lebih menarik.

3.11.2 *Talent*

Pemeran dalam “*Gowes Wisata*” adalah sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak dengan kriteria sebagai berikut :

- Warga Negara Indonesia
- Gemar berwisata
- Mampu mengendarai sepeda dan senang bersepeda
- Rentang usia anak 6 – 12 tahun atau duduk di bangku Sekolah Dasar

- *Good looking*
- Memiliki vokal yang jelas dan dapat berbicara dengan lancar
- Memiliki kemampuan akting dan dapat diarahkan sesuai naskah
- Bersedia mengikuti proses produksi selama \pm 3 hari

Setiap episode menampilkan *keluarga gowes* yang berbeda-beda dengan maksud agar variatif dan menyuguhkan berbagai karakter keluarga yang unik. Idealnya *talent* anak terdiri dari dua orang, tetapi tidak menutup kemungkinan terdiri dari satu hingga tiga anak. Karakter keluarga yang dibawakan juga dipengaruhi oleh daerah dari tempat wisata yang akan dikunjungi.

3.11.3 Bahasa

Program *feature "Gowes Wisata"* menggunakan Bahasa Indonesia sehari-sehari dengan gaya pembawaan yang santai namun tetap sopan. Pembawaan yang santai dikarenakan program ini berformat jalan-jalan dengan mengangkat topik pembelajaran yang ringan. Anak-anak pun diberi kebebasan untuk mengungkapkan perasaan dan ekspresinya lewat bahasa sehari-hari anak. Bahasa yang sopan juga harus tetap diperhatikan terutama dalam percakapan keluarga antara ayah, ibu, kakak dan adik. Program *feature "Gowes Wisata"* diharapkan dapat menjadi contoh yang baik untuk anak-anak dan keluarga melalui interaksi dan percakapan yang dibawakan oleh *keluarga gowes*.

3.11.4 Musik

Sepanjang program berjalan, akan diiringi oleh latar belakang musik dengan volume yang menyesuaikan isinya. Jenis musik yang dipilih adalah musik dengan irama yang gembira dan *beat* yang ceria. Musik membuat program ini lebih hidup dan tidak monoton. Jenis musik tersebut sudah diterapkan penulis dalam pembuatan prototipe dengan pengaturan *volume* yang disesuaikan.

3.11.5 Segmen

Program *feature* “*Gowes Wisata*” dibagi ke dalam tiga segmen :

1. Segmen pertama, merupakan segmen pembuka yang diawali dengan sapaan oleh *host* animasi *Mr. Kring*. *Mr. Kring* akan memberitahukan secara singkat mengenai obyek wisata yang akan dikunjungi. Sebelum masuk ke obyek wisata, *Mr. Kring* memperkenalkan *keluarga gowes* yang akan berwisata pada episode tersebut beserta karakter masing-masing. *Mr. Kring* menjelaskan secara mendalam mengenai obyek wisata yang dikunjungi mulai dari sejarah, isi, fasilitas, dan lain-lain. *Keluarga gowes* pun masuk dan mengelilingi obyek wisata dengan bersepeda.
2. Segmen kedua, merupakan segmen pembelajaran. Pada segmen ini, *keluarga gowes* akan menuju ke beberapa obyek di tempat wisata tersebut. *Mr. Kring* akan memandu sekaligus membantu menjelaskan kepada *keluarga gowes* apabila ada pembelajaran yang belum dimengerti. Animasi tambahan juga akan membuat penjelasan *Mr. Kring* lebih menarik. Penjelasan akan lebih banyak diberikan oleh *Mr. Kring* dibandingkan penjelasan dari orang tua.
3. Segmen ketiga, merupakan segmen terakhir yang akan fokus pada interaksi keluarga. *Keluarga gowes* akan menelusuri ke obyek menarik lain di tempat wisata tersebut. Penjelasan *Mr. Kring* porsinya lebih sedikit dan lebih didominasi penjelasan dari orang tua. Hal ini untuk menyeimbangi segmen kedua dan untuk menunjukkan peran orang tua dalam pembelajaran anak. Segmen ini juga akan lebih menunjukkan kebersamaan *keluarga gowes*, misalnya dengan piknik, *games*, mencoba obyek wisata, konflik kecil, tragedi sepeda, dll.

3.11.6 Usulan Tema

Program *feature* ini akan ditayangkan satu kali dalam seminggu dengan jumlah 13 episode dalam musim tayang pertama. Berikut ini adalah 13 tema per episode yang diusulkan, urutan disesuaikan dengan pilihan responden riset mulai dari yang paling diinginkan hingga yang kurang diinginkan :

1. Wisata Fauna (Binatang) : Kebun Binatang Ragunan Jakarta
2. Wisata Pantai : Tanjung Benoa & Pulau Penyu Bali
3. Wisata Seni : Taman Mini Indonesia Indah Jakarta
4. Wisata Flora (Tumbuhan) : Taman Kyai Langgeng Magelang
5. Wisata Ilmu Pengetahuan & Teknologi : Taman Pintar Yogyakarta
6. Wisata Luar Angkasa : Bosscha Lembang Bandung
7. Wisata Bahari (Air) : Taman Impian Jaya Ancol Jakarta
8. Wisata Pegunungan : Agromas Puncak
9. Wisata Transportasi & Lalu Lintas : Taman Lalu Lintas Bandung
10. Wisata Perkebunan : Little Farmer Bandung
11. Wisata Budaya : Candi Desa Wisata di Yogyakarta
12. Wisata Peternakan : Kampung Ternak Bogor
13. Wisata Sejarah : Kota Tua Jakarta

3.12 Rundown Program

Tabel 3.4 Rundown Program Feature “Gowes Wisata”

No.	Materi	Durasi	Video	Audio
Segmen 1				
1.	<i>Teaser</i>	10’’	Video cuplikan	Musik <i>teaser</i>
2.	<i>OBB</i>	15’’	Grafis	Musik <i>OBB</i>
3.	<i>Opening Mr. Kring</i>	1’	Animasi <i>Mr. Kring</i> muncul membuka acara	<i>Backsound</i> VO
4.	Perkenalan <i>keluarga gowes</i>	2’	Perkenalan satu per satu <i>keluarga gowes</i> oleh <i>Mr. Kring</i>	<i>Backsound</i> VO
5.	Jalan-jalan dengan	1’	Keliling Kebun	<i>Backsound</i>

	bersepeda		Binatang Ragunan	VO
6.	Pengenalan tempat wisata	3'	Situasi Kebun Binatang dengan beraneka ragam satwa	<i>Backsound</i> VO
7.	<i>Teaser</i> segmen selanjutnya	5''	Adik dan kakak memberi makan jerapah	<i>Backsound</i>
8.	<i>Bumper out</i>	5''	Grafis	Musik <i>Bumper</i>
9.	<i>Commercial Break</i>	2'	Iklan	Iklan
10.	<i>Bumper in</i>	5''	Grafis	Musik <i>Bumper</i>
Segmen 2				
11.	Jalan-jalan dengan bersepeda	15''	Keliling Kebun Binatang Ragunan	<i>Backsound</i> VO
12.	Obyek wisata 1 : Penjelasan <i>Mr. Kring</i>	2'30''	Video jerapah, animasi	<i>Backsound</i> VO
13.	Eksplorasi obyek wisata	2'	Memberi makan jerapah, foto-foto	<i>Backsound</i> VO
14.	Penjelasan Obyek wisata 2	2'	Pusat Primata Schmutzer	<i>Backsound</i> VO
15.	Eksplorasi & penjelasan <i>Mr. Kring</i>	2'30''	Monyet dan kera, animasi	<i>Backsound</i> VO
16.	<i>Teaser</i> segmen selanjutnya	5''	Adik dan kakak melihat orang utan	<i>Backsound</i>
17.	<i>Bumper out</i>	5''	Grafis	Musik <i>Bumper</i>
18.	<i>Commercial Break</i>	2'	Iklan	Iklan
19.	<i>Bumper in</i>	5''	Grafis	Musik <i>Bumper</i>
Segmen 3				
20.	Obyek wisata 3	2'	Dunia Orang Utan	<i>Backsound</i> VO
21.	Piknik keluarga	1'	Makan siang bersama	<i>Backsound</i>
22.	Obyek wisata 4	1'	Unta	<i>Backsound</i> VO
23.	Pembelajaran obyek wisata bersama keluarga	2'	Video sekeluarga	<i>Backsound</i> VO
24.	<i>Credit title</i>	10''	Grafis	<i>Backsound</i>
25.	<i>Closing</i> oleh <i>Mr. Kring</i>	10''	Grafis	Musik <i>closing</i>
26.	<i>Station ID</i>	3''	Grafis	Musik <i>closing</i>

3.13 Kru Program

- **Produser** (Ursula Vinessa)

Deskripsi pekerjaan:

Melakukan riset tema dan memilih topik bahasan, menentukan konsep, format, dan *budget*, menyusun rancangan produksi, merancang naskah program, menyunting naskah program, merancang *rundown* program, mengarahkan *talent*, mengurus lokasi dan perijinan, melakukan evaluasi program.

- **Assisten Produser** (Catherina Intan)

Deskripsi pekerjaan:

Membantu produser menghubungi *talent*, menyusun jadwal produksi dengan kameraman, editor, dan tim grafis), membantu produser dalam mengatur produksi.

- **Camera Person – 1** (Muhammad Ashim Islam)

Deskripsi pekerjaan:

Mengambil gambar yang dibutuhkan sesuai *shooting-list*, menentukan *angle* pengambilan gambar, menjaga audio yang masuk.

- **Camera Person – 2** (Gilang Putra Pratama)

Deskripsi pekerjaan:

Mengambil gambar yang dibutuhkan sesuai *shotting-list*, *back up* kamera 1.

- **Make Up dan Wardrobe** (Catherina Intan)

Deskripsi pekerjaan:

Bertanggung jawab atas penampilan yang menyangkut pakaian, aksesoris, tata rias wajah dan rambut *talent*.

- **Editor** (Muhammad Ashim Islam)

Deskripsi pekerjaan:

Bertanggung jawab atas penyuntingan gambar, mulai dari proses *offline*, *online*, hingga proses *mastering*.

- **Animator** (Sena Putra Pratama)

Deskripsi pekerjaan :

Mendesain dan membuat segala keperluan animasi, yaitu karakter *host Mr. Kring*, binatang-binatang, dan pemandangan.

- **Grafis** (Sena Putra Pratama)

Deskripsi pekerjaan:

Menyediakan segala keperluan grafis, baik itu untuk OBB, *Bumper*, *Teaser*, *Character Generator*, dan juga keperluan grafis untuk paket pengisi program.

- **Narator** (Wismoyo Ario Prambudi)

Deskripsi pekerjaan :

Pengisi suara *host* animasi *Mr. Kring*, menyesuaikan suara dengan karakter *host* dan suara dengan gambar yang ditayangkan.

- **Transportasi** (Ursula Vinessa)

Deskripsi pekerjaan:

Menyediakan transportasi untuk keperluan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.

- **Talent** (Ursula Vinessa)

Deskripsi pekerjaan :

Mencari dan menyeleksi para *talent* sesuai dengan karakter yang dibutuhkan untuk keperluan produksi.

3.14 Strategi Promosi Program

Untuk mengembangkan suatu program, strategi promosi yang efektif sangat penting untuk dilakukan, demi meraih pemirsa sebanyak-banyaknya. Hal ini bertujuan menarik pengiklan untuk mendukung keberlangsungan hidup program tersebut. Oleh karena itu, perlu dirancang strategi promosi yang tepat melalui berbagai media. Promosi dapat dilakukan di stasiun televisi sendiri, maupun di media lain seperti media cetak, radio dan media online.

3.14.1 Promosi di Stasiun Televisi Sendiri

Promosi yang dilakukan di stasiun televisi sendiri merupakan cara yang paling murah karena tidak memerlukan biaya dan prosedurnya cepat. Selain itu, strategi ini sangat efektif karena yang akan melihat promosi adalah pemirsa stasiun televisi tersebut, di mana mayoritas pemirsanya

sesuai dengan target khalayak program yang dipromosikan. Promosi program dilakukan secara berkala melalui penayangan *jingle* acara selama kurang lebih 20 detik di sela-sela program Trans7. Program yang memungkinkan adalah pada spot program anak atau spot program dengan target keluarga.

3.14.2 Promosi di Media Lain

Promosi di media lain juga penting dilakukan untuk semakin meningkatkan jumlah pemirsa, khususnya selain pemirsa setia Trans7. Cara yang dapat dilakukan adalah melalui *media barter*. Strategi ini tidak mengeluarkan biaya yang besar, tetapi efektif menjangkau khalayak.

Strategi *media barter* ini dilaksanakan melalui kerja sama dengan media cetak (koran, majalah, tabloid) yang menyediakan halaman khusus yang menampilkan jadwal acara, judul/ foto program, atau review program. Halaman ini dapat dimanfaatkan oleh stasiun televisi untuk memperkenalkan suatu program atau memasang iklan program.

Pemasangan iklan tersebut dilakukan sebelum program ditayangkan, sekitar dua minggu sebelum penayangan perdana. Selama dua minggu pertama penayangan, iklan tersebut juga masih dapat ditampilkan untuk meningkatkan *awareness* pembaca yang nantinya akan menjadi pemirsa televisi.

3.14.3 Promosi di Situs Jejaring Sosial

Teknologi internet sudah bukan menjadi hal asing di masyarakat. Bahkan saat ini, internet merupakan gaya hidup masyarakat di segala usia. Internet sudah menjadi kebutuhan yang sulit lepas dari aktivitas masyarakat. Salah satu penggunaan internet yang merebak di masyarakat adalah penggunaan situs jejaring sosial diantaranya *Facebook* dan *Twitter*.

Oleh karena itu, promosi dapat dilakukan melalui situs jejaring sosial tersebut. *Facebook* dan *Twitter* merupakan cara efektif dan mudah untuk menarik khalayak.

Caranya dengan membuat *account* dan *fan page* program “*Gowes Wisata*” yang infonya akan diperbarui secara rutin. Kelebihan lain dari promosi ini adalah interaktivitas, di mana kru “*Gowes Wisata*” dapat berinteraksi dengan pemirsa lewat dunia maya. Strategi ini juga sangat murah karena tidak mengeluarkan biaya.

Selain itu, promosi melalui jejaring sosial memiliki nilai tambah yaitu interaktivitas. Khalayak dapat memberikan pertanyaan, saran maupun kritik seputar program dan dapat dikonfirmasi langsung oleh admin program “*Gowes Wisata*”. Hal ini dapat dijadikan pelengkap bahan evaluasi program.



BAGIAN EMPAT

RENCANA EVALUASI

4.1 Rencana *Pre-Test*

Pre-Test adalah cara yang digunakan untuk mengetahui pendapat khalayak dan konsumen mengenai sebuah program baru yang akan ditayangkan di televisi. Melalui *pre-test*, akan diperoleh reaksi khalayak, baik berupa saran atau kritik yang disampaikan terkait dengan program yang khalayak tonton. Hal ini berguna untuk mengetahui sejauh mana minat dan ketertarikan khalayak terhadap program yang disuguhkan. Berdasarkan hasil *pre-test*, produser program akan mempertimbangkan tindakan yang akan dilakukan seperti perubahan aspek tertentu dalam program dan penambahan/ pengurangan aspek sesuai dengan minat dari khalayak. *Pre-test* penting dilakukan sebelum suatu program benar-benar ditayangkan di televisi. Tujuannya, untuk meminimalkan ketidakcocokan dengan ketertarikan target khalayak dan mengurangi kerugian yang timbul akibat ketidaksiapan program.

4.1.1 Metode *Pre-Test*

Metode *pre-test* yang digunakan untuk program *feature* “*Gowes Wisata*” adalah dengan metode *Focus Group Discussion* (FGD). FGD merupakan metode pengumpulan data yang semi-terstruktur, yang menggunakan partisipan-partisipan terpilih secara *purposive* (*purposive sampling*) untuk mendiskusikan isu tertentu berdasarkan kunci-kunci tema yang ditentukan oleh peneliti atau fasilitator (Kumar, 1987).

Kegunaan FGD selain sebagai alat pengumpul data, menurut Koentjoro (2005) adalah sebagai alat untuk meyakinkan pengumpul data (peneliti) sekaligus alat *re-check* terhadap berbagai keterangan/informasi yang didapat melalui berbagai metode penelitian yang digunakan atau keterangan yang diperoleh sebelumnya, baik keterangan yang sejenis maupun yang bertentangan.

Dalam proses *pre-test*, dibutuhkan kelompok umur yang mewakili target khalayak dari program yang dituju, sehingga hasilnya pun akan

efektif dan dapat dipertanggungjawabkan (Perebinossoff, 2005). Oleh karena itu, FGD dilaksanakan pada dua kelompok umur yang berbeda, sesuai dengan target khalayak program “*Gowes Wisata*” yaitu anak-anak berusia 6-12 tahun. Kelompok FGD-I ialah khalayak anak berusia 6-9 tahun, sedangkan FGD-II ialah khalayak anak berusia 10-12 tahun. Tiap kelompok beranggotakan 6 orang, yang terdiri dari 3 anak laki-laki dan 3 anak perempuan.

Peserta FGD adalah bagian dari responden riset (peserta FGD awal maupun pengisi kuesioner) yang dilakukan saat penyusunan rancangan program. Pemilihan peserta tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan validitas data, memaksimalkan kegunaan FGD sebagai alat *re-check*, serta memudahkan peserta untuk berpendapat karena telah mengetahui rancangan program “*Gowes Wisata*” sebelumnya.

4.1.2 Waktu Pre-Test

Pelaksanaan *pre-test* dilakukan setelah prototipe program selesai diproduksi.

4.1.3 Materi Pre-Test

Materi *pre-test* akan menggunakan hasil prototipe program yang sudah selesai diproduksi. Prototipe akan ditayangkan terlebih dahulu di depan peserta FGD, kemudian akan dilakukan diskusi. Penayangan dan diskusi dilakukan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- Masukan, tanggapan, dan kritik peserta FGD terhadap program acara keseluruhan
- Masukan, tanggapan, dan kritik peserta FGD terhadap isi program acara (materi seputar wisata bersepeda dan edukasi)
- Masukan, tanggapan, dan kritik peserta FGD terhadap peran karakter animasi yang sekaligus menjadi host dalam program
- Masukan, tanggapan, dan kritik peserta FGD terhadap totalitas *talent* dalam program

- Masukan dan tanggapan peserta FGD terhadap desain dan kemasan program

4.1.4 Instrumen Pre-Test

Sesuai dengan metode FGD yang digunakan dalam *pre-test* ini, maka instrument *pre-test* untuk program *feature* “Gowes Wisata” adalah “Panduan FGD.” Panduan ini akan dibawakan oleh seorang moderator yang menguasai konten program serta mampu mengontrol responden.

4.2 Rencana Evaluasi

Evaluasi program atau *post-test*, merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh setiap produser dalam rangkaian proses produksi program televisi. Evaluasi ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah suatu program mendapat respon positif dari masyarakat. Dalam hasil *post-test* akan diketahui program yang dibuat disukai khalayak atau tidak dan apakah memberi manfaat positif dari segi informasi, pencitraan, dan ekonomi. Tidak hanya bagi produser, evaluasi program juga berguna bagi pemilik stasiun televisi, pengiklan, sponsor, dan akuntan untuk mengetahui posisi program dan peluang investasi ke depan.

Maka dari itu, penulis melakukan evaluasi program untuk program *feature* “Gowes Wisata”, yang terdiri dari:

- **Evaluasi internal**, yang melibatkan anggota internal tim yang berkontribusi dalam proses produksi program.
- **Evaluasi eksternal**, yang melibatkan pihak lain di luar tim produksi, yaitu pemirsa televisi.

4.2.1 Metode Evaluasi

Evaluasi internal menggunakan perpaduan dua metode evaluasi, yaitu metode berbasis kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif berdasarkan pada data *rating* program yang diperoleh dari Lembaga AGB Nielsen. Sedangkan metode kualitatif, data evaluasi diperoleh dari rapat evaluasi mingguan yang dihadiri oleh tim produksi (produser, *camera person*, reporter) dan tim pascaproduksi (editor dan animator).

Rapat evaluasi ini dimaksudkan untuk mengumpulkan pendapat, saran, serta kritik dari tim yang terlibat. Di dalam rapat evaluasi akan membahas data kuantitatif berupa *rating share* program dan *quality control* terhadap teknis produksi. Rapat mingguan ini akan menghasilkan laporan mengenai kelebihan dan kekurangan program, solusi penyelesaian, perbaikan, serta rencana dan target program ke depan.

Evaluasi eksternal menggunakan metode kualitatif atau FGD. Metode evaluasi ini berdasar pada masukan dan kritik dari pemirsa televisi yang sesuai dengan khalayak sasaran program. FGD ini diperlukan karena stasiun televisi tidak dapat bergantung hanya pada *rating*. *Rating* merupakan data kuantitatif yang memberikan informasi mengenai disukai atau tidaknya suatu program dan tidak menjelaskan alasan disukai atau tidaknya program tersebut. Oleh karena itu, FGD digunakan sebagai acuan evaluasi selain data kuantitatif melalui *rating*.

Evaluasi dengan FGD ini akan dilaksanakan dengan membagi dua klasifikasi kelompok, kelompok I berdasarkan kelompok umur 6-9 tahun dan kelompok II berusia 10-12 tahun. Setiap kelompok terdiri dari 6 orang, 3 anak laki-laki dan 3 anak perempuan.

4.2.2 Waktu Evaluasi

Evaluasi internal dilaksanakan sekali setiap minggunya, yaitu ada setelah produser menerima data *rating* program dari Lembaga Research AGB Nielsen. Rapat evaluasi internal oleh tim produksi dapat dilakukan sekaligus membahas hasil statistik dari AGB Nielsen tersebut. Sedangkan evaluasi eksternal, akan dilaksanakan setelah tiga bulan program berjalan dengan menyesuaikan rencana evaluasi program pada stasiun televisi yang bersangkutan, yaitu Trans7.

4.2.3 Materi Evaluasi

Beberapa hal yang penting untuk diperhatikan dalam melakukan **evaluasi internal** program *feature "Gowes Wisata"*, antara lain :

- *Rating* dan *share* program : berdasarkan perkembangan *rating* dari satu episode ke episode lainnya, membahas konten program, *trend awareness*, komparasi dengan tayangan kompetitor, dan strategi *counter-programming*.
- Visual program : membahas mengenai kualitas gambar, *setting*, pencahayaan, animasi, dan komposisi gambar.
- Audio program : membahas kualitas suara (*host* animasi dan *talent*), *backsound*, *sound effect*, dan *natural sound*.
- Alur program : meliputi kesinambungan cerita yang disampaikan dengan kesinambungan gambar, ketepatan perpindahan gambar agar terlihat dinamis dan menarik, ketepatan *host* animasi memandu acara, dan cepat lambatnya laju tayangan hingga segmen akhir.
- Kerjasama tim : kesiapan teknis dan standar operasional, *brainstorming*, dan kesesuaian tenggat waktu.
- Anggaran program : efektivitas dan efisiensi penggunaan biaya produksi dan pascaproduksi sesuai dengan rencana anggaran.
- Pembaharuan teknologi : meliputi kebaruan dari alat atau *software* yang mampu mendukung baik proses produksi maupun pascaproduksi.

Sedangkan untuk **evaluasi eksternal**, materi-materi yang perlu diperhatikan, antara lain :

- *Appropriateness* : program harus sesuai dan pantas dengan kebutuhan target khalayak program.
- *Creativity* : program dapat membangkitkan *delight* dan *surprise* bagi pemirsa.
- *Eminence* : kesesuaian pemilihan tokoh yang ditampilkan dalam program.
- *Personal Enhancement* : apakah program berhasil menimbulkan kesenangan, pengetahuan, serta fungsi lain bagi pemirsanya.
- *Personal Report* : apakah program berhasil menimbulkan kedekatan pemirsa dengan program itu sendiri.

4.2.4 Instrumen Evaluasi

Instrumen yang akan digunakan pada **evaluasi internal** ialah **“Lembar Evaluasi Internal”**. Lembar ini digunakan sebagai panduan dalam rapat evaluasi program yang dihadiri oleh tim produksi dan pascaproduksi. Pada lembar evaluasi tersebut, terdapat komponen-komponen yang perlu diperhatikan terkait dengan pengembangan program.

Sedangkan dalam **evaluasi eksternal**, instrumen evaluasi yang akan digunakan ialah **“Panduan FGD”**. Panduan ini berguna sebagai pedoman bagi moderator diskusi, selaku pemandu evaluasi, untuk mengarahkan peserta diskusi untuk aktif sewaktu berlangsungnya diskusi.



BAGIAN LIMA
ANGGARAN

5.1 Anggaran Pembuatan Prototipe

Anggaran ini disusun berdasarkan pengeluaran yang dikeluarkan untuk pembuatan prototipe program *feature* “Gowes Wisata”. Prototipe dibuat untuk satu episode program yang berdurasi kurang lebih 8 menit ditambah dengan iklan. Berikut ini rincian dana pembuatan prototipe :

Tabel 5.1 Anggaran Pembuatan Prototipe

Alokasi Dana	Subtotal	Total
PRA-PRODUKSI		
Percetakan & fotokopi	Rp 100.000,-	
Souvenir riset khalayak kuesioner (100 @ Rp500,-)	Rp 50.000,-	
Souvenir riset khalayak FGD (18 @ Rp1.500,-)	Rp 27.000,-	
Biaya Komunikasi	Rp 50.000,-	
Transportasi	Rp 100.000,-	
Survey lokasi	Rp 50.000,-	
		Rp 377.000,-
PRODUKSI		
<u>Honor kru dan talent(s)</u>		
Produser	Rp 0,-	
Talents (4 @ Rp 100.000,-)	Rp 400.000,-	
Camera person (2 @ Rp 100.000)	Rp 200.000,-	
Penata rias, rambut, dan busana talent	Rp 0,-	
		Rp 600.000,-
<u>Kamera Video dan Perlengkapan</u>		
Kamera Video	Rp 0,-	
Tripod	Rp 0,-	
		Rp 0,-
<u>Lain-lain</u>		
Perizinan	Rp 0,-	

Konsumsi	Rp 200.000,-	
Transportasi (bensin & parkir)	Rp 25.000,-	
Peralatan (sepeda)	Rp 0,-	
Tiket masuk tempat wisata (Ragunan) <ul style="list-style-type: none"> • 2 anak @ Rp 3.000,- • 7 dewasa @ Rp 4.000,- • Asuransi Rp 5.000,- 	Rp 39.000,-	
		Rp 264.000,-
PASCAPRODUKSI		
Pembuatan OBB	Rp 100.000,-	
Pembuatan Grafis dan Animasi	Rp 300.000,-	
Honor Editor	Rp 100.000,-	
Honor <i>Dubber Host</i> Animasi <i>Mr. Kring</i>	Rp 50.000,-	
Konsumsi	Rp 100.000,-	
		Rp 650.000,-
Total Anggaran Pembuatan Prototipe		Rp 1.891.000,-

5.2 Rencana Anggaran Produksi Program

Program *feature* “*Gowes Wisata*” akan diajukan kepada stasiun televisi Trans7 yang telah memproduksi berbagai program anak. Rencananya, “*Gowes Wisata*” akan dikerjakan sendiri (*in-house production*) yang dikerjakan tim produksi Trans7, tanpa melibatkan *Production House* (PH) manapun. Dengan *in-house production*, biaya produksi yang dibutuhkan lebih minim dibandingkan melibatkan jasa PH karena dapat memberdayakan sumber daya, peralatan serta perlengkapan yang sudah ada di stasiun televisi, dalam hal ini Trans7. Berikut ini adalah rencana anggaran dana pembuatan program :

Tabel 5.2 Rencana Anggaran Pembuatan Program per Episode

Alokasi Dana	Subtotal	Total
PRA-PRODUKSI		
Rapat Kru	Rp 0,-	
Riset dan Pengembangan	Rp 0,-	
Pembuatan <i>Storyboard</i>	Rp 0,-	
		Rp 0,-

PRODUKSI		
(Liputan Jabodetabek)		
<u>Honor kru dan talent(s)</u>		
Produser	Rp	0,-
<i>Talent</i> (4 @ Rp 500.000,-)	Rp	2.000.000,-
<i>Camera person</i> (2 orang)	Rp	0,-
Penata rias, rambut, dan busana <i>talent</i>	Rp	0,-
Penata cahaya	Rp	0,-
		Rp 2.000.000,-
<u>Kamera Video dan Perlengkapan</u>		
Kamera Video	Rp	0,-
Tripod	Rp	0,-
<i>Clip On Music</i>	Rp	0,-
Kaset Mini DV 33 menit (2 kaset)	Rp	0,-
<i>Lighting</i>	Rp	0,-
Kabel Rol	Rp	0,-
		Rp 0,-
<u>Lain-lain</u>		
Perizinan	Rp	500.000,-
Perjamuan makan bersama (kru dan <i>talent</i>)	Rp	400.000,-
Transportasi	Rp	0,-
Peralatan (sepeda)	Rp	400.000,-
Komunikasi	Rp	50.000,-
		Rp 1.350.000,-
Total Biaya Produksi Liputan Jabodetabek	Rp	3.350.000,-
PRODUKSI		
(Liputan Luar Jabodetabek)		
<u>Honor kru dan talent(s)</u>		
Produser	Rp	0,-
<i>Talent</i> (4 @ Rp 500.000,-)	Rp	2.000.000,-
<i>Camera person</i> (2 orang)	Rp	0,-
Penata rias, rambut, dan busana <i>talent</i>	Rp	0,-
Penata cahaya	Rp	0,-
		Rp 2.000.000,-

<u>Kamera Video dan Perlengkapan</u>		
Kamera Video	Rp	0,-
Tripod	Rp	0,-
<i>Clip On Music</i>	Rp	0,-
Kaset Mini DV 33 menit (2 kaset)	Rp	0,-
<i>Lighting</i>	Rp	0,-
Kabel Rol	Rp	0,-
		Rp 0,-
<u>Transportasi dan Akomodasi</u>		
Tiket pesawat (3 anggota kru, @ Rp 1.000.000,-) x 2 (PP)	Rp	6.000.000,-
Penginapan Kru (2 kamar @ Rp 500.000,- x 2 malam)	Rp	2.000.000,-
		Rp 8.000.000,-
<u>Lain-lain</u>		
Uang saku kru (3 orang @ Rp 90.000,- x 3 hari)	Rp	810.000,-
Transportasi di lokasi (3 hari) @ Rp 300.000,-	Rp	900.000,-
Komunikasi	Rp	50.000,-
Perizinan	Rp	500.000,-
		Rp 2.260.000,-
PASCAPRODUKSI		
Pembuatan OBB	Rp	0,-
Pembuatan Grafis dan Animasi	Rp	0,-
Honor Editor	Rp	0,-
Honor <i>Dubber Host</i> Animasi Mr. <i>Kring</i>	Rp	0,-
		Rp 0,-
Total Rencana Anggaran (Liputan Jabodetabek)	Rp	3.350.000,-
Total Rencana Anggaran (Liputan Luar Jabodetabek)	Rp	12.260.000,-

Catatan :

**** Subtotal Rp 0,-** menunjukkan bahwa :

- anggaran sudah tidak dihitung lagi karena menggunakan peralatan/perlengkapan yang sudah disediakan Trans7, seperti kamera video dan perlengkapan.

- anggaran tersebut dihitung pada anggaran divisi lain (bukan anggaran divisi produksi) seperti transportasi dan honor kru/ talent.

****Pengeluaran tambahan** (jika kamera video dan perlengkapan tidak disediakan oleh stasiun televisi sehingga harus menyewa) :

<u>Kamera Video dan Perlengkapan</u>		
Kamera Video	Rp	500.000,-
Tripod	Rp	40.000,-
<i>Clip On Music</i>	Rp	150.000,-
Kaset Mini DV 33 menit (2 kaset)	Rp	100.000,-
<i>Lighting</i>	Rp	50.000,-
Kabel Rol	Rp	50.000,-
		Rp 890.000,-

5.3 Perkiraan Pendapatan

Pendapatan utama program *feature "Gowes Wisata"* diperoleh dari slot iklan. Berdasarkan rate card Trans7 (periode Desember 2011), tarif iklan pada hari Kamis pukul 15.00 adalah sebanyak Rp 15.000.000,- per 30 detik. Rencana durasi iklan adalah 20% dari total durasi slot waktu, yaitu sebanyak 6 menit. Maka, Jumlah slot iklan x Tarif iklan (per 30 detik) = Prakiraan Pendapatan Iklan

$$12 \quad \times \quad \text{Rp } 15.000.000,- \quad = \quad \text{Rp } 180.000.000,-$$

Keterangan :

Jumlah slot iklan (12) merupakan hasil dari pembagian durasi iklan (6 menit = 360 detik) dengan satuan tarif iklan (30 detik).

- Prakiraan laba maksimal (per episode) untuk liputan Jabodetabek :

Total pendapatan iklan – Total biaya produksi minimal

$$\text{Rp } 180.000.000,- \quad - \quad \text{Rp } 3.350.000,- \quad = \quad \text{Rp } 176.650.000,-$$

- Prakiraan laba maksimal (per episode) untuk liputan di luar Jabodetabek :

Total pendapatan iklan – Total biaya produksi minimal

$$\text{Rp } 180.000.000,- \quad - \quad \text{Rp } 12.260.000,- \quad = \quad \text{Rp } 167.740.000,-$$

Maka, prakiraan laba maksimal per 13 episode adalah :

(6 x Liputan Jabodetabek) + (7 x Liputan di luar Jabodetabek)

$$(6 \times \text{Rp } 176.650.000,-) \quad + \quad (7 \times \text{Rp } 167.740.000,-)$$

$$\text{Rp } 1.059.900.000,- \quad + \quad \text{Rp } 1.174.180.000,- \quad = \quad \text{Rp } 2.234.080.000,-$$

Catatan:

**Dapat pula diupayakan berbagai sumber pendapatan alternatif dengan menjalin hubungan kerja sama dengan lembaga/ perusahaan misalnya terkait dengan tempat wisata atau perusahaan/ komunitas sepeda, serta dengan mengadakan *event* yang mampu menarik minat khalayak.

5.4 Rencana Anggaran Pre-Test dan Evaluasi

Tabel 5.4 Rencana Anggaran Pre-Test dan Evaluasi

Alokasi Dana	Subtotal	Total
<i>PRE-TEST</i>		
Panduan FGD (percetakan dan fotokopi)	Rp 10.000,-	
Konsumsi 12 peserta dan moderator (snack @ Rp 10.000,- x 13 orang)	Rp 130.000,-	
Komunikasi	Rp 50.000,-	
Transportasi 12 peserta (@ Rp 50.000,-)	Rp 600.000,-	
		Rp 790.000,-
<i>POST-TEST</i>		
<u>Evaluasi Internal</u>		
Lembar evaluasi internal	Rp 10.000,-	
Konsumsi 5 kru (Produser, 2 <i>Camera person</i> , Reporter, Editor) (snack @ Rp 10.000,-)	Rp 50.000,-	
		Rp 60.000,-
<u>Evaluasi Eksternal</u>		
Data <i>Rating</i> dan <i>Share</i> AGB Nielsen	Rp 0,-	
Panduan FGD (percetakan dan fotokopi)	Rp 10.000,-	
Konsumsi 12 peserta dan moderator (snack @ Rp 10.000,- x 13 orang)	Rp 130.000,-	
Komunikasi	Rp 50.000,-	
Transportasi 12 peserta (@ Rp 50.000,-)	Rp 600.000,-	
		Rp 790.000,-
Total Rencana Anggaran Evaluasi		Rp 1.640.000,-

REFERENSI

Buku dan artikel :

- Berkowitz, E. N., Kerin, R. A., & Rudelius, W. (2000). *Marketing, 6th Edition*. Boston: Irwin/ Mc Grawhill.
- Cook, M. (2007). *Write to TV: Out of Your Head and Onto the Screen*. USA: Elsevier.
- Gunarti, W., Suryani, L., & Muis, A. (2008). *Metode Pengembangan Perilaku dan Kemampuan Dasar Anak Usia Dini*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Haditono, S. R., Monks, F., & Knoers, A. (2004). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Koentjoro. (2005). *Meningkatkan Motivasi dan Pemahaman Diri*. Forest. Washington D.C.: US Agency for International Development.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid I*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kumar, K. (1987). *Conducting Focus Group Interviews in Developing Countries. A.I.D. Program Design and Evaluation Methodolgy Report No.8* .
- Morissan. (2005). *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Penerbit Ramdina Prakarsa.
- Panjaitan, E. L., & Iqbal, T. D. (2001). *Matinya Rating Televisi*. Dalam G. Mytton, *Pengantar Riset Khalayak* (hal. 19). Jakarta: UNESCO Jakarta & Kedutaan Besar Inggris.
- Perebinossoff, P., Gross, B., & Gross, L. (2005). *Programming for TV, Radio, & The Internet: Strategy, Development, Evaluation*. USA: Elsevier.
- Wibowo, F. (1997). *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wiyancoko, D. (2010). *Desain Sepeda Indonesia*. Jakarta: PT Dumedia Desain.

Internet :

Travel Kompas. (2011, 21 Maret). *Anak Perlu Bermain dan Berwisata*.
<http://travel.kompas.com>
(Diakses pada 17 Agustus 2011 pk 20.00)

Wisata Pendidikan. (2007, 6 November). *Wisata Pendidikan*.
<http://www.wisatapendidikan.com/content/section/4/75/>
(Diakses pada 21 Agustus 2011 pk 18.00)

Bike to Work Semarang. (2011, 1 Agustus). *10 Tips Bersepeda yang Aman Bagi Anak*.
<http://b2wsemarang.org/blog/10-tips-bersepeda-yang-aman-bagi-anak/>
(Diakses pada 30 November 2011 pk 20.30)

Lain-lain :

Lembaga Riset AGB Nielsen. (2011). Jakarta.

Daftar Pertanyaan Wawancara

Boby Guntarto

Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA)

1. Seberapa besar efektivitas dan pengaruh televisi bagi anak-anak?
2. Apakah anak memang butuh menonton televisi? Apa pengaruh positif untuk anak jika menonton televisi?
3. Apakah anak bisa belajar dari televisi? Apakah televisi merupakan sarana belajar?
4. Sejauh mana program anak di televisi bisa dikatakan baik dan sesuai?
5. Berapa durasi ideal untuk anak menonton tv?
6. Kapan waktu ideal anak menonton tv?
7. Berapa lama durasi ideal iklan untuk program anak? Iklan seperti apa yang seharusnya ditayangkan saat program anak?
8. Faktor apa saja yang meningkatkan ketertarikan anak dalam melihat suatu tayangan televisi?
9. Apakah animasi baik untuk anak?
10. Bagaimana menurut pandangan Bapak, program-program anak yang ditayangkan oleh stasiun televisi saat ini terutama Trans7?
11. Sejauh mana pentingnya peran orang tua dalam mengawasi anak sewaktu menonton TV?
12. Bagaimana mengatasi problem, di mana anak sulit mengerti atau bisa saja salah mengerti apa yang ditayangkan di televisi? Bagaimana seharusnya gaya bahasa, kosakata, pemilihan topik, pengemasan?

Ronny Suyanto

Executive Producer Trans7

1. Siapa saja dan berasal dari SES tingkat apa sajakah target khalayak Trans 7?
2. Berapakah jumlah program *edutainment* anak-anak yang ditayangkan oleh Trans 7 saat ini?
3. Apakah di Trans 7 sudah atau pernah ada program yang membahas informasi mengenai sepeda dan jalan-jalan wisata? (Jika jawaban “Ya”, lanjutkan ke pertanyaan no. 7. Jika jawaban “Tidak” atau “Belum pernah”, langsung lanjutkan ke pertanyaan no. 9)
4. Seperti apa jenis acaranya?
5. Bagaimana respon khalayak terhadap acara tersebut?
6. Mengapa belum pernah ada?
7. Jika pihak Trans 7 berencana membuat program demikian, bagaimana konsep dan format acara yang akan dirancang?
8. Berapa durasi untuk program acara mengenai wisata sepeda yang ideal?
9. Hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan agar acara dapat disukai target khalayak (anak-anak)?
10. Bagaimana kemungkinan popularitas dan *rating* acara bertemakan wisata sepeda untuk anak-anak jika ditayangkan di TV?

Edwar Andri S.Psi, M.Psi

Psikolog Perkembangan Anak

1. Perbedaan karakteristik anak-anak berdasarkan umurnya, pengelompokkannya bagaimana?
2. Bagaimana karakteristik anak-anak SD dari kelas 1-6? Apakah bisa dikelompokkan menjadi satu karakteristik?
3. Jika dikaitkan dengan televisi, berapa besar pengaruh televisi terhadap anak-anak SD? Positifnya apa dan negatifnya apa?
4. Program anak di televisi yang baik untuk perkembangan anak itu seperti apa?
5. Berapa lama waktu ideal anak ketika menonton satu program televisi?
6. Apakah manfaat wisata untuk anak?
7. Seperti apa wisata yang baik dan aman untuk anak?
8. Bagaimana dengan wisata bersepeda? Apakah bermanfaat untuk anak?
9. Apakah anak akan senang jika berwisata bersama keluarga?
10. Seberapa besar ketertarikan anak dengan animasi? Mengapa tertarik?

Panduan Riset Khalayak : Focus Group Discussion (SD Strada Wiyatasana)

I. PENGANTAR

- Perkenalan moderator dan penjelasan singkat FGD yang akan diadakan
- Perkenalan peserta FGD (nama dan umur)
- Menjelaskan tata tertib FGD agar berlangsung lancar dan terstruktur

II. KEBIASAAN MENONTON TELEVISI

- Apakah kalian suka menonton TV?
- Acara apa saja yang kalian sukai?
- Mengapa kalian menyukai acara itu?
- Jika sedang menonton TV, apakah ada yang menemani atau hanya sendirian?
- Dalam 1 hari, berapa lama kalian menonton TV?
- Pada jam berapa saja kalian menonton TV? Pulang sekolah? Malam hari?
- Apakah kalian suka menonton acara anak-anak di Trans7?
- Mengapa kalian menyukai acara itu?

III. PROGRAM WISATA SEPEDA ANAK

- Apakah kalian suka jalan-jalan/ wisata?
- Bersama siapa kalian biasanya jalan-jalan/ wisata?
- Kemana saja kalian pernah jalan-jalan/ wisata?
- Kapan biasanya kalian jalan-jalan/ wisata? Liburan sekolah/ weekend?
- Apakah kalian bisa dan suka naik sepeda?
- Mengapa kalian suka bersepeda?
- Kalau ada acara wisata jalan-jalan naik sepeda, apakah kalian mau menonton?

IV. HARAPAN PROGRAM

- Apakah kalian bisa menonton jika acaranya Kamis siang/sore?
- Kalau menonton TV, kalian lebih suka lihat orang atau kartun animasi?
- Kalian ingin jalan-jalan ke mana saja yang belum pernah kalian kunjungi?
- Kalian suka acara TV yang seperti apa? Seru, lucu, seram, sedih?



- h. Doraemon
- i. Tom & Jerry
- j. Naruto
- k. Scooby-Doo
- l. Shaun The Sheep

II. KEBIASAAN JALAN-JALAN/ BERWISATA

5. Apakah Kamu senang jalan-jalan atau berwisata?

- a. Ya
- b. Tidak

6. Kapan biasanya kamu berjalan-jalan atau berwisata?

- a. Hari biasa (Senin-Jumat)
- b. Sabtu
- c. Minggu
- d. Hari libur sekolah

7. Dengan siapa Kamu biasanya berjalan-jalan atau berwisata?

- a. Keluarga
(ayah, ibu, adik/kakak)
- b. Sepupu
- c. Teman sekolah
- d. Teman Bermain

8. Kemana Kamu biasanya pergi berjalan-jalan?

- a. Mall/ pusat perbelanjaan
- b. Taman bermain
- c. Tempat olahraga (kolam renang/lapangan)
- d. Kebun Binatang
- e. Tempat bersejarah

III. WISATA SAMBIL BERSEPEDA

9. Apakah Kamu senang bersepeda?

- a. Ya
- b. Tidak

10. Berapa kali dalam satu minggu Kamu bersepeda?

- a. 1 kali
- b. 2-4 kali
- c. 4-6 kali
- d. Setiap hari

11. Apakah Kamu ingin berjalan-jalan ke suatu tempat wisata sambil bersepeda?

a. Ya

b. Tidak

IV. ACARA TELEVISI WISATA SEPEDA

12. Apakah kalian akan menonton jika ada acara di televisi mengenai wisata sambil bersepeda?

a. Ya

b. Tidak

13. Apakah **nama** yang Kamu sukai untuk judul acara wisata dengan bersepeda?

a. Gowes Pintar

c. Sepeda Ceria

b. Gowes Wisata

d. Wisata Sepeda

14. Pada hari apa Kamu ingin acara wisata itu ditayangkan?

a. Senin

e. Jumat

b. Selasa

f. Sabtu

c. Rabu

g. Minggu

d. Kamis

15. Pukul berapakah Kamu ingin acara wisata tersebut ditayangkan?

a. 12.00 – 13.59

b. 14.00 – 15.59

c. 15.00 – 16.59

16. Jika ada **ikon berupa karakter kartun** berbentuk sepeda untuk acara ini, nama apa yang Kamu inginkan?

a. Mr. Kring (diambil dari bunyi bel sepeda “kring..kring”)

b. Mister Gowes

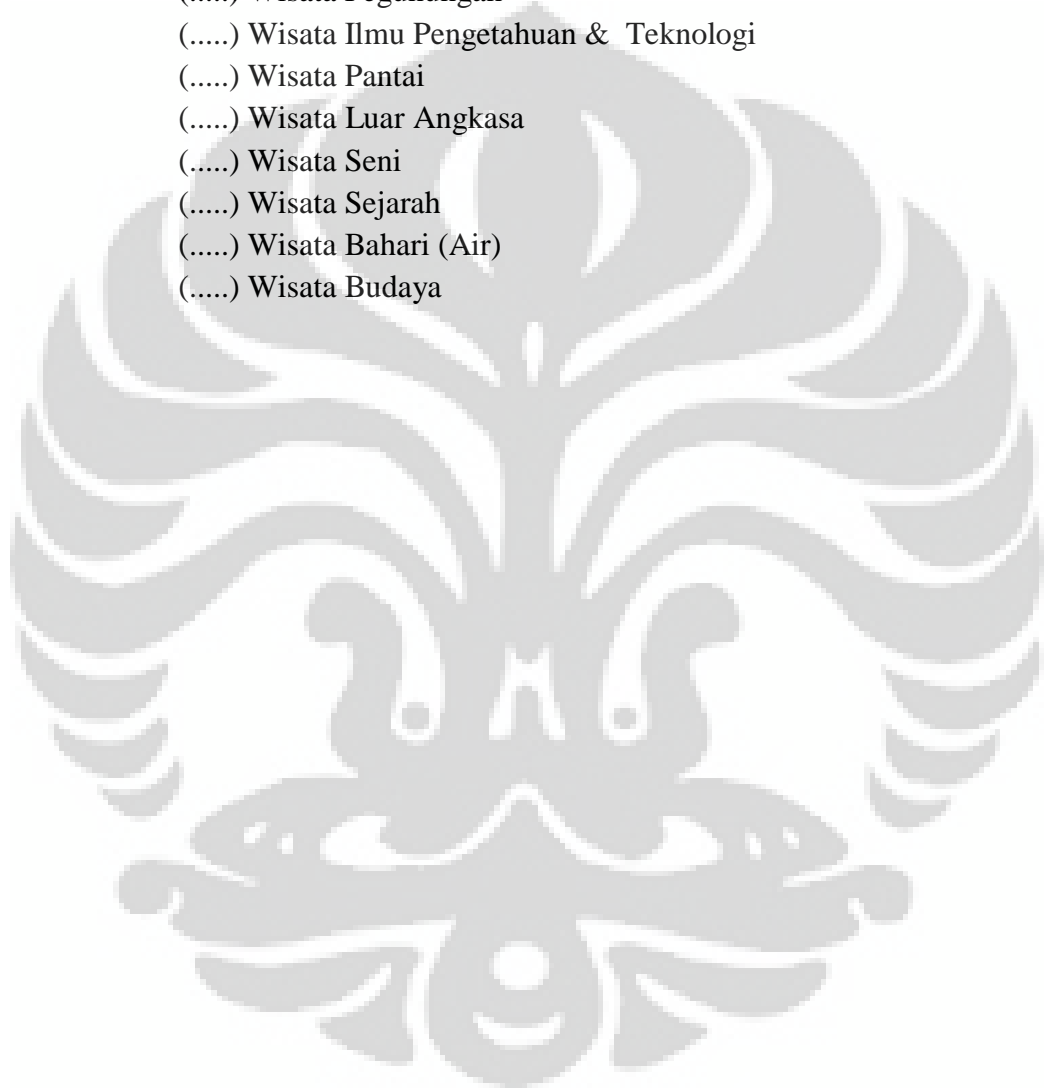
c. Mister Gopi (singkatan dari “Gowes Pintar”)

d. Gocil (singkatan Gowes Cilik)

e. Paman Gowes

17. **Tema wisata** apa yang Kamu inginkan untuk acara televisi wisata bersepeda? (pilih 3 yang paling Kamu inginkan)

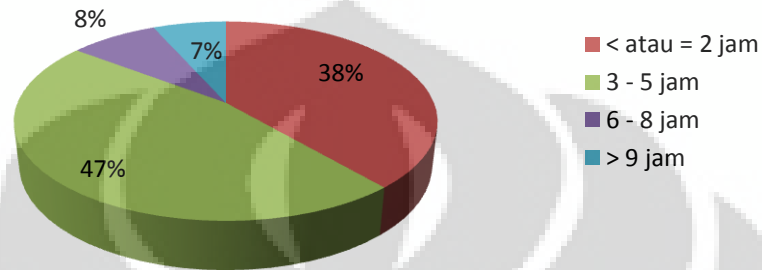
- (.....) Wisata Fauna (Binatang)
- (.....) Wisata Flora (Tumbuhan)
- (.....) Wisata Perkebunan
- (.....) Wisata Transportasi & Lalu Lintas
- (.....) Wisata Peternakan
- (.....) Wisata Pegunungan
- (.....) Wisata Ilmu Pengetahuan & Teknologi
- (.....) Wisata Pantai
- (.....) Wisata Luar Angkasa
- (.....) Wisata Seni
- (.....) Wisata Sejarah
- (.....) Wisata Bahari (Air)
- (.....) Wisata Budaya



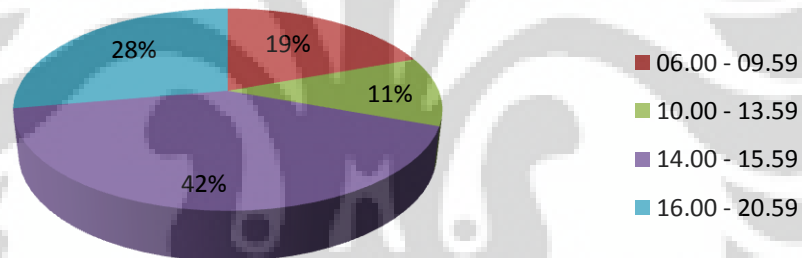
LAMPIRAN 4

Hasil Riset Kuesioner

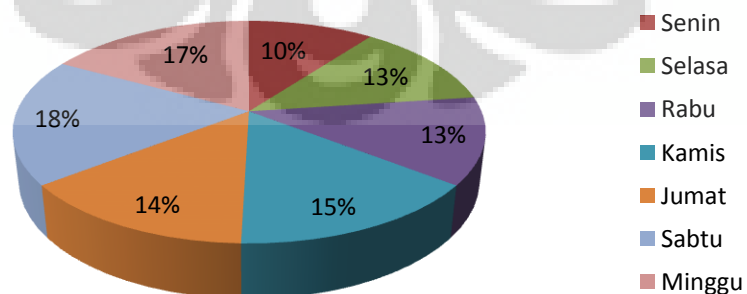
1. Berapa lama dalam sehari Kamu menonton TV ?



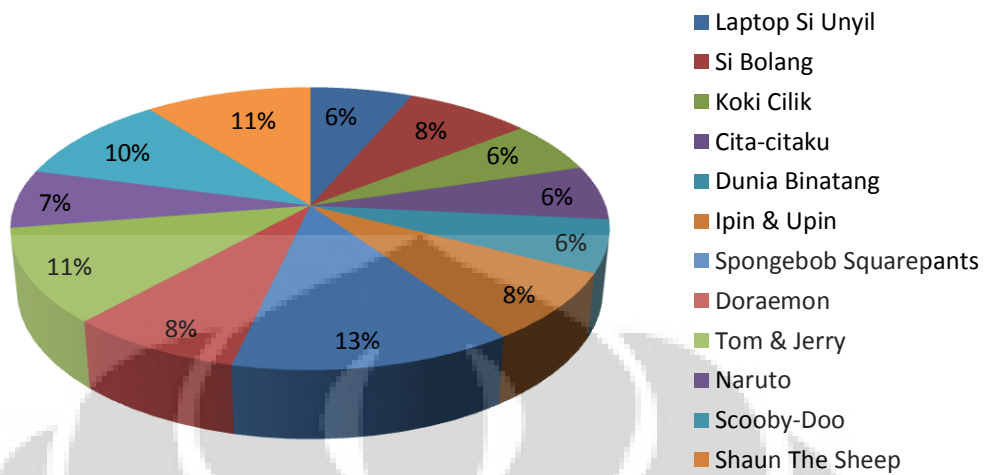
2. Jam berapa biasanya Kamu menonton TV ? (pilih salah satu waktu menonton TV yang paling sering)



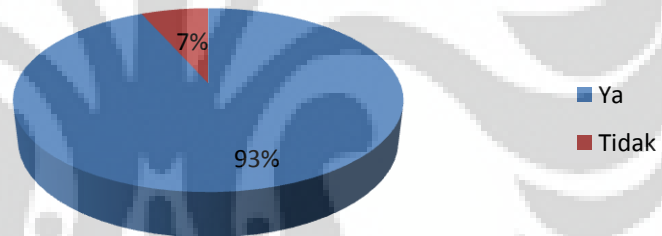
3. Pada hari apa Kamu biasanya menonton TV? (boleh memilih lebih dari satu)



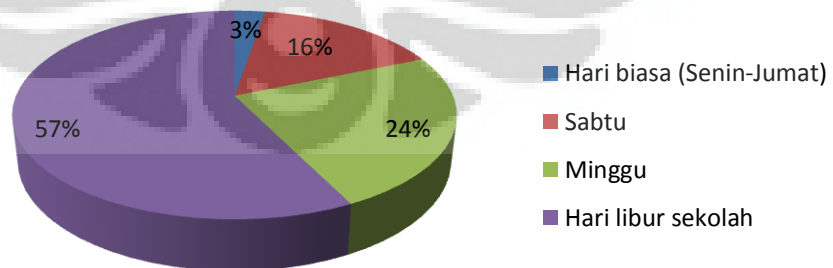
**4. Apakah program anak favoritmu di TV?
(boleh memilih lebih dari 1)**



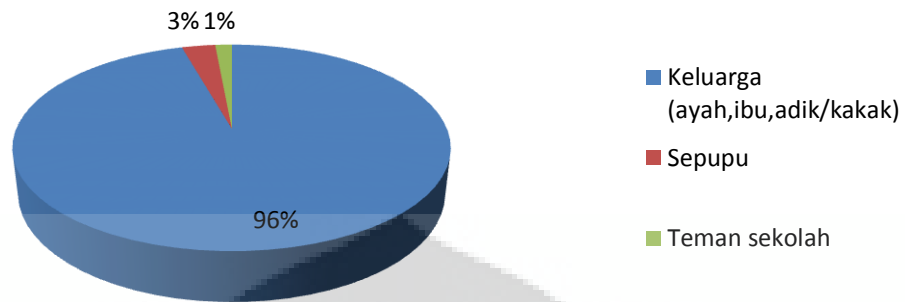
5. Apakah Kamu senang jalan-jalan atau berwisata ?



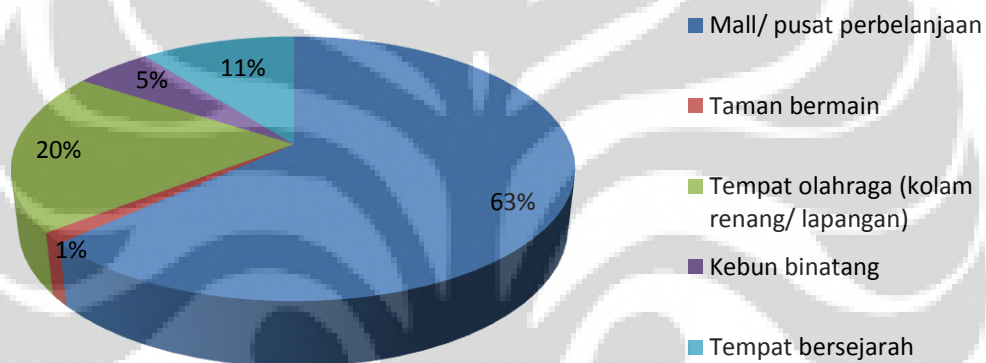
6. Kapan biasanya Kamu berjalan-jalan atau berwisata?



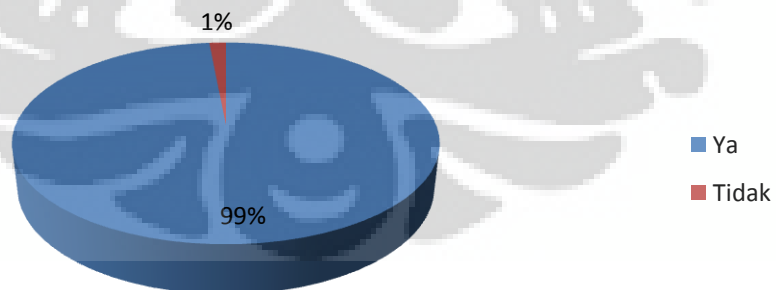
7. Dengan siapa Kamu biasanya berjalan-jalan atau berwisata?



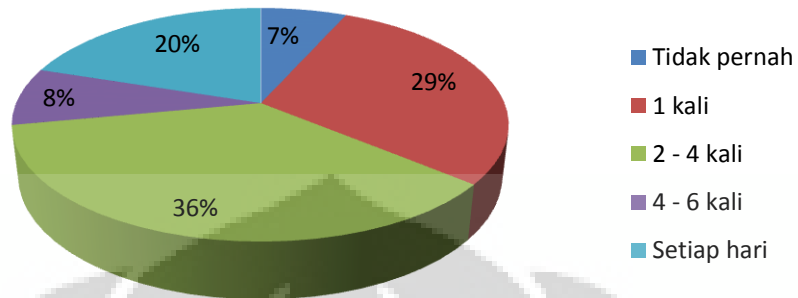
8. Kemana Kamu biasanya pergi berjalan-jalan ?



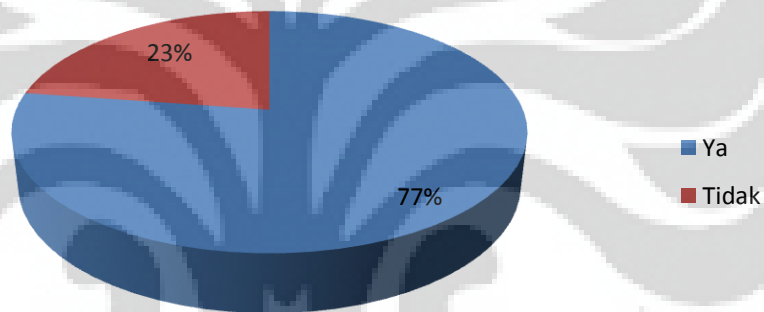
9. Apakah Kamu senang bersepeda ?



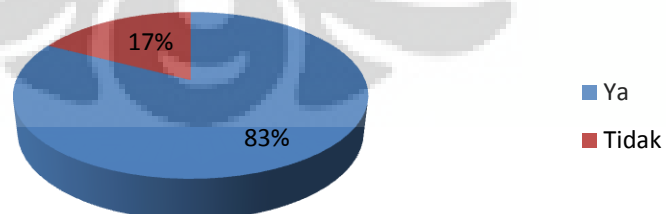
**10. Berapa kali dalam satu minggu
Kamu bersepeda ?**



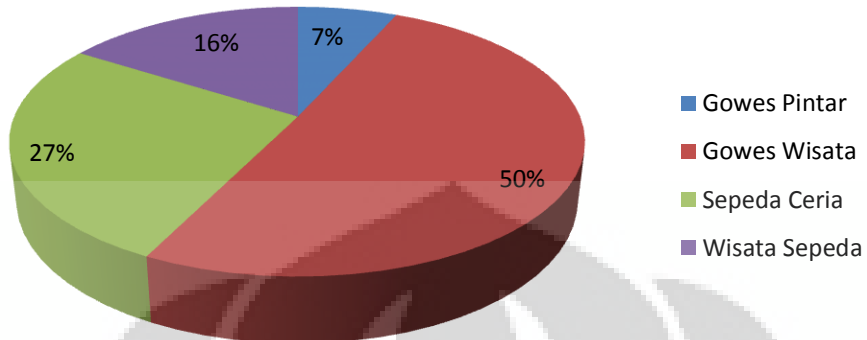
**11. Apakah Kamu ingin berjalan-jalan ke suatu
tempat wisata sambil bersepeda ?**



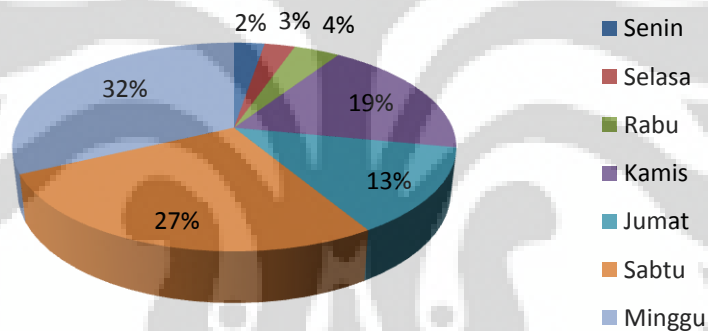
**12. Apakah Kamu akan menonton jika ada
acara di televisi mengenai wisata sambil
bersepeda ?**



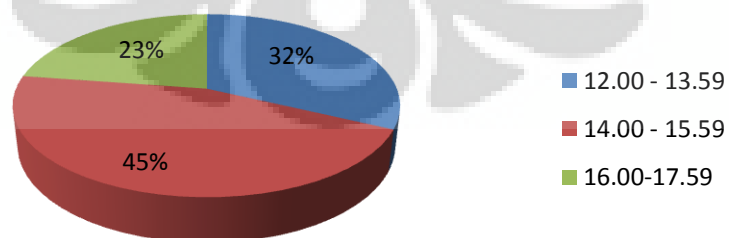
13. Apakah nama yang Kamu sukai untuk judul acara wisata dengan bersepeda?



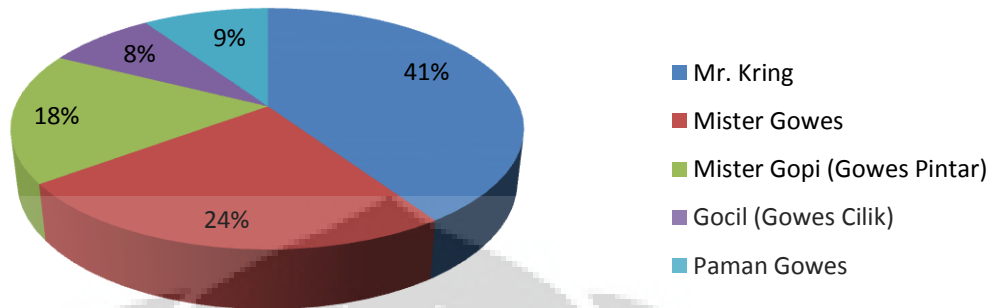
14. Pada hari apa Kamu ingin acara wisata itu ditayangkan ?



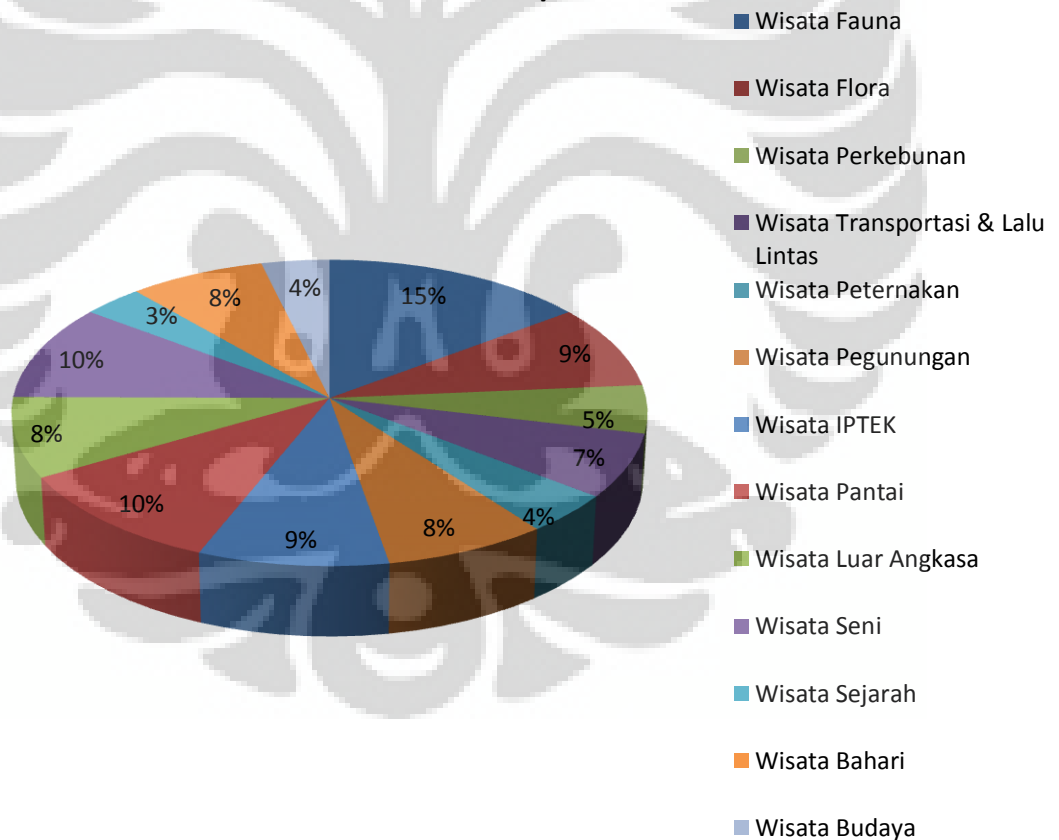
15. Pukul berapakah kamu ingin acara wisata tersebut ditayangkan ?



16. Jika ada ikon berupa karakter kartun berbentuk sepeda untuk acara ini, nama apa yang kalian inginkan ?



17. Tema wisata apa yang Kamu inginkan untuk acara televisi wisata bersepeda ? (pilih 3 tema yang paling Kamu sukai)



LAMPIRAN 5

Data Riset AGB Nielsen

Top Children Program (Periode 24-30 Oktober 2011)

TOP 10 PROGRAM BY TARGET - All national channels, 10 cities, ses ABC
24 - 30 OCTOBER 2011

Analysis : Programmes
Selected date(s) : 24/10/2011 - 30/10/2011;
Selected channel(s) : TVRI1; RCTI; SCTV; ANTV; METRO; TRANS; Global TV; TRANS7; TVONE; MNCTV; INDOSIAR;
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (All days);
Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin
Selected target(s) : All people from SES ABC
Total Individuals (5+, 10 cities) : 39,053,452 individuals

Target								
SES ABC								
No.	Program	Channel	Program Type	Average number of audience	Rating (%)*	Share (%)**	Index	
1	NONO FOREST	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,590,000	4.1	19.3	102	
2	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,459,000	3.7	16.6	95	
3	THE OWL	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,199,000	3.1	14.3	96	
4	AKSI DIDI TIKUS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,130,000	2.9	16.8	94	
5	DORAEMON	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	929,000	2.4	19.7	91	
6	OSCAR'S OASIS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	873,000	2.2	13.5	93	
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	GLOBAL TV	Children:Series Anim/Puppe	813,000	2.1	14.8	102	
8	LAPTOP SI UNYIL	TRANS7	Children:Edutainment	726,000	1.9	14.5	100	
9	CRAYON SHINCHAN	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	682,000	1.7	15.5	97	
10	CITA CITAKU	TRANS7	Children:Edutainment	676,000	1.7	14.0	100	

Source: Nielsen Audience Measurement

* Percentage of average number of audience towards TV population

** Percentage of average number of audience towards total TV viewers

Catatan:

Index: angka yang menggambarkan profil pemirsa, yang juga mengidentifikasi efektivitas suatu program pada target pemirsa tertentu.

Jika Index

<100 kurang efektif

>100 sangat efektif

= 100 efektif

Rating Program Televisi Berdasarkan Status Sosial Ekonomi

TV AUDIENCE PROFILE - All national channels, 10 cities, all 5+
24 - 30 OCTOBER 2011

Analysis : DayParts
Selected date(s) : 24/10/2011 - 30/10/2011;
Selected channel(s) : Total TV;
Selected day part(s) : 02:00:00 - 26:59:59 (All days);
Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin
Selected target(s) : All people above 5 years old
Total Individuals (5+, 10 cities) : SES AB - 12,870,158 individuals
SES C - 26,183,293 individuals
SES DE - 13,159,823 individuals

Channel	Target	Average number of audience	Rating (%)*
Total TV	SES AB	1,569,000	12.2
	SES C	3,239,000	12.4
	SES DE	1,561,000	11.9

Source: Nielsen Audience Measurement

* Percentage of average number of audience towards TV population

Jadwal Acara TV Indonesia tiap Kamis, 15.00 WIB (periode November 2011)

No.	Stasiun Televisi	Judul Program	Genre
1.	RCTI	Seputar Indonesia	Berita
2.	Trans TV	Keluarga Minus	<i>Series</i>
3.	SCTV	Uya Emang Kuya	<i>Reality & Variety Show</i>
4.	Indosiar	KISS	<i>Infotainment</i>
5.	ANTV	Mantap!	<i>Entertainment Music</i>
6.	MNC TV	Starlite	<i>Infotainment</i>
7.	Global TV	Hand Made	<i>Children</i>
8.	TV One	Tahukah Anda?	<i>Information</i>
9.	Metro TV	Bisnis Hari Ini	Berita

Rating dan Share Program Anak Trans7 by Week

(Periode 30 Oktober – 5 November 2011)

Program	TVR	TVS	Jenis Program
Laptop Si Unyil	1.8	14.2	<i>Feature edutainment</i>
Si Bolang	1.3	11.8	<i>Feature edutainment</i>
Dunia Binatang	1.5	13.5	<i>Feature edutainment</i>
Dunia Air	1.3	11.3	<i>Feature edutainment</i>
Cita-citaku	1.8	15.0	<i>Feature edutainment</i>
Koki Cilik	1.3	11.7	<i>Feature edutainment</i>

Rating & Share Program “Kuas Ajaib”

Market	Target	Activity			
ALL-Markets	Total Individuals	Non Bedtime Viewing			
Description (grouped)	Day of week	ISO Week	Date ^{Variable}	TVR	Share
KUAS AJAIB	Monday	40	03/10/2011	1,3	13,3
	Thursday	41	13/10/2011	1,2	10,2
		42	20/10/2011	1,6	14,3
		43	27/10/2011	1,0	10,6
		44	03/11/2011	0,9	9,2
Summary KUAS AJAIB				1,2	11,5

LAMPIRAN 6

Rate Card Trans7 Desember 2011

TRANS 7 PROGRAM DESEMBER 2011		19-25		REV 4					
WIS	SENIN 19	SELASA 20	RABU 21	KAMIS 22	JUMAT 23	SABTU 24	MINGGU 25	WIS	
04.30	SIGN OFF							04.30	
05.00	HAJI WALI (HAYU NGAJI BARING WALI) K1, 12 J1	RAHASIA SUNNAH K2, 10 J1	TABIR SUNNAH K2, 10 J1	JALAN DAKWAH K2, 10 J1	KHALIFAH K2, 10 J1	JAZIRAH ISLAM K2, 10 J1	MUSAFIR K2, 10 J1	05.00	
06.30	SCOOBY DOO K2, 10 J1			DONGENG DI DUNIA BUAH - BUAHAN K2, 10 J1				06.30	
07.00	SPORT 7 K1, 10 J1			SPORT 7 AKHIR PEKAN K1, 10 J1				07.00	
07.30	REDAKSI PAGI K2, 10 J1							07.30	
08.00	SELEBRITA PAGI K2, 10 J1			THEATER SPC NATAL DENIS THE MENACE STRIKES BACK K1, 15 J1		THEATER SPC NATAL A DENIS THE MENACE CHRISTMAS K1, 15 J1		08.00	
08.30	PELANGI K1, 12 J1	WARA - WIRI K2, 12 J1						08.30	
09.00	KARAOKE KELILING K1, 12 J1							09.00	
09.30	LIFE SALAH K2, 12 J1							09.30	
10.00	SPOTLITE K1, 12 J1			OPERA VAN JAVA K1, 20 J1				10.00	
10.30	WARNA K2, 12 J1			RNB K1, 12 J1				10.30	
11.00	REDAKSI SIANG K2, 12 J1			REDAKSI SIANG AKHIR PEKAN K2, 12 J1				11.00	
11.30	SELEBRITA SIANG K1, 12 J1			SELEBRITA ON THE WEEKEND K1, 15 J1				11.30	
12.00	BOCAH PETUALANG K1, 12 J1			BOCAH PETUALANG SPC HARI IBU K1, 15 J1	BOCAH PETUALANG K1, 12 J1	SI BOLANG JALAN-JALAN K1, 15 J1		12.00	
12.30	LAPTOP SI UNYIL K1, 12 J1			BUKU HARIAN SI UNYIL K1, 12 J1				12.30	
13.00	CITA CITAKU K1, 12 J1			GALERI SEPAK BOLA IND. K1, 12 J1				13.00	
13.30	DUNIA AIR K1, 12 J1	DUNIA BINATANG K1, 12 J1			ONE STOP FOOTBALL K1, 12 J1			13.30	
14.00	BROWNIES K1, 12 J1			KUAS AJAIB K1, 12 J1	HOMESTAY K1, 12 J1	HIGHLIGHTS OTOMOTIF II K1, 12 J1	BERBURU SPC AFRIKA K1, 12 J1	14.00	
14.30	ASAL USUL K1, 12 J1			BASECAMP K1, 12 J1				14.30	
15.00	JEJAK PETUALANG K1, 12 J1			MANCING MANIA K1, 12 J1				15.00	
15.30	REDAKSI SORE K1, 12 J1			JEJAK PETUALANG SURVIVAL K1, 12 J1				15.30	
16.00	INDONESIAKU K1, 12 J1			JEJAK PETUALANG SURVIVAL K1, 12 J1	JEJAK SI GUNDUL K1, 12 J1	ORANG PINGGIRAN K1, 12 J1	WARA WIRI K1, 20 J1	16.00	
16.30	ORANG PINGGIRAN K1, 12 J1			WORLD RECORD K1, 20 J1				16.30	
17.00	HITAM PUTIH 20 J1			HITAM PUTIH SPC HARI IBU 20 J1	HITAM PUTIH 20 J1	ON THE SPOT SPC NATAL 22 J1	SHE CAN AWARD (BLOCKING TIME) K1, 20 J1	17.00	
17.30	ON THE SPOT 22 J1			KEMILAU MANDAI FIBESTA (BLOCKING TIME)				17.30	
18.00	OPERA VAN JAVA 40 J1			OPERA VAN JAVA SPC HARI IBU 40 J1	OPERA VAN JAVA 40 J1	BUKAN 4 MATA SPC NATAL K1, 15 J1	HITAM PUTIH SPC NATAL 20 J1	18.00	
18.30	BUKAN 4 MATA K1, 15 J1			BUKAN 4 MATA SPC HARI IBU K1, 22 J1	BUKAN 4 MATA K1, 15 J1	PAS MANTAB SPC NATAL 20 J1	PAS MANTAB SPC NATAL 20 J1	18.30	
19.00	JAM MALAM K1, 20 J1			BERBURU K1, 20 J1	DUA DUNIA K1, 20 J1	[MASIH] DUNIA LAIN K1, 20 J1	MISTER TUKUL K1, 20 J1	19.00	
19.30	MATA LELAKI K1, 10 J1			JEJAK-JEJAK MISTERIUS K1, 10 J1	KOMUNITAS UNIK K1, 10 J1	WISATA MALAM K1, 10 J1	(MASIH) DUNIA LAIN K1, 20 J1	19.30	
20.00	SPORT 7 MALAM K1, 10 J1			REDAKSI MALAM K2, 10 J1				THEATER MALAM SPC NATAL JACK FROST K1, 12 J1	20.00
20.30	THEATER MALAM K2, 10 J1			SIGN OFF				20.30	

CD : FLAT 20% (EXCLUDING OVJ & PROG. SPECIAL)
INCENTIVE BONUS (gross to gross) :
K2 : 40 %
PENEMPATAN BONUS HANYA DI PROGRAM K2

STANDAR RATE 30" :
60" = 200 %
45" = 150 %
30" = 100 %
20" = 100 %
15" = 60 %
10" = 60 %
5" = 25 %

☆ Program Baru / Special
★ Perubahan Kategori/Rate
P Perubahan Slot
□ Perubahan/revised program
□ Program terbaru/special
□ Perubahan terbaru program regular

File: C:\net\7_Sisa & Nanding | TRANS 7 | Haryana Mega Sisa 12 20 21 22 23 24 25 | Kapsel Tondong Rev. 12-144, Jakarta 12190 | Telp: (021) 7911 7000 | Fax: (021) 7911 7557 | 55

1. JAKARTA	8. SUMEDANG	15. SOLO	46. TRANS 7 COVERAGE AREA, MORE THAN 170 MILLION POTENTIAL VIEWERS	29. BANGKA - BELITUNG	36. SAMARINDA	43. MATARAM
2. BERANG	9. TEGAL	16. SURABAYA	31. SANDA ACEH	20. PEKABARU	37. PILANGKARAYA	44. KUPANG
3. CILONGON	10. SEMARANG	17. MAGLUN	22. HECAN	31. PALUWANG	38. MANGAR	45. ANSON
4. BANDUNG	11. PURWOREJO	18. MALANG	24. BATANG	32. LAJUNG	39. MANADO	46. TERATE
5. GARUT	12. JEMBER	19. KEDIRI	25. PACING	33. SANDARHABIN	40. PALU	47. MANUKHARI
6. CIREBON	13. YOGYAKARTA	20. BOJONEGORO	26. SUKTI TINGGI	34. SANDARHABIN	41. GORONTALO	48. JAYAPURA
7. SUKSES	14. BANJARWANGI	21. CENDEKAS	27. JAMBI	35. SANDARHABIN	42. KENDARI	
			28. BERGOLU	36. SANDARHABIN		

LAMPIRAN 7

Storyboard Prototipe “Gowes Wisata”

Judul : Prototipe *Feature* TV “Gowes Wisata”
 Episode : Wisata Fauna Kebun Binatang Ragunan Jakarta
 Durasi : 8 menit
 Produser : Ursula Vinessa

VIDEO	NARASI	DURASI
<i>Teaser</i>	Cuplikan gambar	7”
SEGMENT 1		
OBB	Animasi Grafis	16”
Opening : <ul style="list-style-type: none"> Animasi Mr. Kring 	“Halo teman, kenalin namaku Mister Kring! Nah siang ini, Mr. Kring mau ajak teman-teman untuk wisata bareng keluarga gowes! Hayo kemana??? Yap Kebun Binatang Ragunan”	20”
<ul style="list-style-type: none"> Perkenalan anggota keluarga gowes 	“Eitss sebelum masuk, kenalan dulu yuk sama keluarga gowes. Mereka lagi siap2in sepedanya nih... Yang ini namanya Papa Zul, papa zul emang hobi naik sepeda. Sampe-sampe ke kantor aja papa zul suka naik sepeda lhoo. Kalau yang ini namanya Mama Ria, wah ada apa nih di keranjang mama. Ohh ternyata bekal untuk bekal nanti siang, teman. Asikk.... Nah yang ini namanya Kakak Daffa. Behhh... Kak Daffa hobi banget olahraga, apalagi sepeda. Kalau adik yang imut ini namanya Adik Indira. Adik emang suka banget jalan-jalan pake sepeda kesayangannya ini”	40”
<ul style="list-style-type: none"> Keluarga gowes menuju ke pintu masuk Ragunan 	Adik : Ma, di sini ada binatang apa aja sih? Mama : Ada gajah, burung, jerapah, monyet. Banyak sayang.. Udah ga sabar ya?	8”
	“Semua sudah siap! Mister juga uda punya tiket nih... Yuk masuk, semua ikut Mister yaa! Kring kring minggir-minggir Mister mau lewat....”	10”
Obyek wisata 1 <ul style="list-style-type: none"> Melihat burung pelikan Keluarga gowes membicarakan obyek wisata berikutnya yang ingin dikunjungi 	“Papa, mama, kakak, dan adik kok berhenti? Wah lihat apa ya mereka?” Kakak : Ma, itu burung ya? Burung apa? Mama : Ini namanya burung pelikan. Makanannya ikan, tuh lihatt dia lagi nyari ikan.... Papa : Kakak adik mama sinii.... kita mau liat binatang apalagi nih? Adik : Aku mau liat jerapah! “Kalau mau liat jerapah ayo ayo lewat sini, skalian kita	35”

	muter-muter Ragunan”	
Penjelasan mengenai tempat wisata : Kebun Binatang Ragunan	“Kebun Binatang Ragunan terletak di Jakarta Selatan. Tempat wisata ini uda ada lamaa banget teman, sejak tahun 1864! Di sini ada sekitar 4ribu ekor satwa dan lebih dari 50ribu pohon. Oiya pada tau gak, kebun binatang ragunan merupakan kebun binatang terbesar di Asia Tenggara lho yaa sekitar 200x luas lapangan bola... WOW! Makanya bakal pas banget kalau kita mengelilingi kebun binatang ini dengan bersepeda.. Kalau gak bawa sepeda, di sini juga ada tempat penyewaan sepeda, teman! Teman-teman Mr. Kring siap mengantar kalian!”	35”
Memberi makan jerapah	Teaser segmen selanjutnya	3”
<i>Bumper out</i>	Animasi Grafis	5”
Iklan	Grafis	3”
SEGMENT 2		
<i>Bumper in</i>	Animasi Grafis	5”
Obyek wisata 2 :	“Halooo, masih sama Mr. Kring di sini.... lanjut gowes ahh!”	18”
• Jerapah di kandang	Kakak : Pa, ma aku sama adik duluan ya cari jerapah! Papa : Yaudah, hati-hati yaa.... Papa ikutin dari belakang...	
• Memberi makan jerapah	Adik : Itu kak jerapahnyaa!! Wahh tinggi banget.....	35”
• Berfoto bersama jerapah	Kakak : Iya, jerapah kan lehernya panjang! Adik : Kakinya tau yang panjang! “Eits eitss eits.. Mister jelasin dulu nih... Jerapah adalah hewan tertinggi yang hidup di darat. Tingginya bisa mencapai 5 meter lhooo... Nah kaki depan jerapah selalu lebih panjang dari kaki belakangnya, teman. Walaupun lehernya panjang, jerapah punya ruas tulang leher yang sama lhoo dengan manusia, yaitu sebanyak 7 ruas.” Kakak : Wah terimakasih Mr. Kring!	
	“Wah si adik sama kakak mau coba memberi makan jerapah, teman! Asik yahh...Mr. Kring ga berani ahh, nanti ikut dimakan lagi hehehee.... Kaburrr.....”	23”
Obyek wisata 3	“Nah, sekarang keluarga gowes melanjutkan perjalanan ke Pusat Primata Schmutzer, teman. Tempat ini merupakan pusat konservasi kera dan monyet terbesar di dunia lhooo..”	20”
• Jalan-jalan ke Pusatt Primata Schmutzer		
• Melihat dan membedakan monyet & kera	“Di dunia ada sekitar 195 jenis primata dan 40 jenisnya bisa ditemui di Indonesia, itu berarti 25% jenis primata ada di Indonesia, teman. Kamu pada tau gak, apa sih bedanya monyet sama kera? Yuk yuk cari tau di tempat ini....Ciri yang paling utama, yaitu.. monyet mempunyai ekor, sedangkan kera gak mempunyai ekor. Nih coba perhatikan hewan-hewan ini. Ayo tebak, ini kera apa monyet? Nah kalau yang ini sudah pasti kera, karena ia tidak mempunyai ekor! Owa Jawa ini hanya bisa dijumpai di Jawa barat dan Jawa Tengah lhoo..”	45”
	Kakak : Mama sama papa kayaknya uda cape yaa... aku sama adik duluan kesana ya	15”

	Mama : Iya mama sama papa tunggu di sini yaaa, adiknya dijaga baik-baik yaa kak.. Kakak : Siap maa!	
Anak-anak ke gua orang utan	Teaser segmen selanjutnya	3''
Bumper out	Animasi Grafis	5''
Iklan	Grafis	3''
SEGMENT 3		
Bumper in	Animasi Grafis	5''
Obyek wisata 3 : • Masuk ke gua orang utan	“Masih pada mau jalan-jalan kan teman? dan adik kayaknya mau masuk ke gua nihh... Gelap bangettt yaaa! Apa sih isinya? Oooo ini tempatnya orang utan! Orang utan juga termasuk kera lhooo. Seru banget nih kita bisa liat orang utan dari dekat, teman....”	18''
Bersantai bersama keluarga	Adik : Kak, orang utan ini boleh dipelihara ga sih? Kakak : Ga boleh dikk, karena langka dan dilindungi. Papa : Kalau makanan monyet dan kera kalian tau gak? Adik : Pisang kan pa? Papa : Iya, tapi pisang bukan makanan utama lhoo.. seperti simpanse makanan utamanya itu buah dan daun, gorila makanan utamanya serangga, orang utan makanan utamanya itu bunga dan kulit kayu Mama : Uda jelas kan? Pasti sekarang uda pada laper kan? Karena di sini ga boleh makan, kita makan di luar yuk!	12'' 30''
Piknik bersama keluarga	“Asikkk, Mr. Kring juga uda laper nih maaa... Bagi makanannya yaaa!”	
Obyek wisata 4 : • Melihat unta	“Setelah perut terisi penuh, keluarga gowes masih mau lanjut lho! Mereka mau liat binatang yang biasanya hidup di padang pasir! Nahhh, ini dia Unta!” Papa : Dik Kak, unta ini sangat kuat lho.Mereka mampu berjalan selama 1 bulan tanpa makan dan minum lhooo. Ciri khasnya ada punuknya. Kakak : punuk itu untuk apa Pa? Papa : Ingat ya, punuk itu bukan untuk menyimpan air, tetapi untuk menyimpan lemak. Yuk jalan...	25''
Animasi Mr. Kring Closing	“Selesai sudah wisata fauna kita hari ini. Ayo jangan lupa ajak papa mama berwisata sambil bersepeda. Dadaaa....”	10''
Credit Title	Grafis	8''
Station ID Trans7	Grafis	3''

LAMPIRAN 8

Instrumen Pre-Test

Selamat pagi teman-teman, kami dari stasiun televisi Trans7. Kali ini kami akan membuat program TV baru mengenai wisata bersepeda untuk anak-anak. Nah, sekarang teman-teman akan menonton tayangan tersebut, dan kami membutuhkan pendapat teman-teman tentang tayangan tersebut. Terima kasih.

Panduan *Focus Group Discussion Pre Test Program*

I. *Ice breaking* (5 menit)

Perkenalan moderator dan peserta

II. *Preferensi Activity* (5 Menit)

Mencari tahu aktivitas harian & pola konsumsi media televisi peserta

III. *Preferensi Opinion, Interest, dan Need* (10 menit)

- Alasan menonton televisi
- Mencari tahu program favorit peserta dan alasannya
- Membahas program favorit berdasarkan beberapa aspek, meliputi artis, presenter, tema, kemasan, desain, dan lain-lain

IV. Prototipe program *feature* televisi “Gowes Wisata” (15 menit)

(Moderator menayangkan prototipe program *feature* “Gowes Wisata” kepada para peserta FGD). Lalu moderator menggali aspek-aspek :

- Penilaian program secara keseluruhan (alur cerita dan manfaat program)
- Penilaian mengenai konten visual program (meliputi kualitas gambar, grafis dan animasi, komposisi warna, serta desain logo)
- Penilaian atas konten audio program (meliputi kualitas suara, *natural sound*, *sound effect*, dan komposisi musik latar)
- Penilaian atas pemilihan presenter artis cilik (meliputi penampilan busana, tata rias, dan rambut presenter)

V. Penutup (5 Menit)

Moderator meminta masukan, saran, dan kritik dari para peserta FGD mengenai prototipe program yang baru ditayangkan. Lalu moderator menutup *pre-test* dengan berterimakasih atas partisipasi peserta dan memberikan souvenir apresiasi.

LAMPIRAN 9

Instrumen Evaluasi

Instrumen Evaluasi Eksternal

Selamat pagi teman-teman, kami dari stasiun televisi Trans7. Kami sedang melakukan evaluasi terhadap program *feature* TV berjudul “Gowes Wisata” yang tayang setiap hari Kamis pukul 15.00 WIB. Nah, sekarang kami ingin meminta teman-teman untuk menilai program tersebut. Terima kasih.

Panduan *Focus Group Discussion* Evaluasi Eksternal Program

VI. *Ice breaking* (5 menit) : Perkenalan moderator dan peserta

VII. Preferensi *Activity* (5 menit) : Mencari tahu aktivitas harian, kebiasaan mengkonsumsi media televisi peserta

VIII. Preferensi *Opinion, Interest, dan Need* (10 menit)

- Alasan menonton televisi
- Mencari tahu program favorit peserta dan alasannya
- Membahas program favorit berdasarkan beberapa aspek, meliputi animasi, presenter, tema, kemasan, desain, dan lain-lain

IX. Program *feature* televisi “Gowes Wisata” (15 menit)

(Moderator menayangkan prototipe program “Gowes Wisata” kepada para peserta FGD). Moderator menggali pendapat peserta FGD atas sejumlah aspek tayangan berikut ini:

- Dari mana peserta mengetahui tayangan Gowes Wisata?
- Alasan peserta tertarik menonton tayangan Gowes Wisata
- Penilaian program secara keseluruhan, antara lain mencakup alur cerita dan manfaat program
- Penilaian atas konten audio program, meliputi kualitas suara, *natural sound, sound effect*, dan komposisi musik latar
- Keberhasilan program dalam menyampaikan pesan & menambah pengetahuan pemirsa
- Keberhasilan program dalam mempersuasi pemirsa untuk bersepeda

X. Penutup (5 Menit)

Moderator meminta masukan, saran, dan kritik dari para peserta FGD mengenai prototipe program yang baru ditayangkan. Kemudian moderator menutup *pre-test* dengan berterimakasih atas partisipasi peserta dan memberikan souvenir sebagai bentuk apresiasi.