



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM KOMPAS TV

#### 2.1 Profil Perusahaan

Kompas Gramedia TV (KGTV) dilaksanakan dengan mendirikan PT Gramedia Media Nusantara pada tahun 2008 dengan *brand name* KOMPASTV. KOMPASTV adalah sebuah media yang menyajikan konten tayangan inspiratif dan menghibur untuk keluarga Indonesia.

KOMPASTV mengemas program tayangan *news, adventure & knowledge*, dan *entertainment* yang mengedepankan kualitas. Konten program *news* KOMPASTV adalah program berita yang tegas, terarah dan memberi harapan. Untuk program lainnya, KOMPASTV menekankan pada eksplorasi Indonesia, baik kekayaan alam, khasanah budaya, Indonesia kini.

Sebagai *content provider*, dalam website resminya, KOMPASTV tayang perdana pada tanggal 9 September 2011 di berbagai kota di Indonesia. Diantaranya adalah Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Banjarmasin, dan Makassar. Hingga saat ini jumlah kota tersebut terus bertambah dan telah mencapai lebih dari 100 kota dan dinikmati oleh 200 juta penduduk di seluruh Indonesia.

Menurut informasi di dalam website resminya, KOMPASTV juga tengah mengarah pada sistem televisi digital sesuai standar yang lazim digunakan secara internasional. Tumbuh dalam industri televisi komersial dengan persaingan yang ketat, KOMPASTV berusaha untuk tetap berada pada koridor visi misi, sehingga dapat selalu menyajikan program tayangan inspiratif dan informatif dengan kemasan menarik bagi keluarga Indonesia.

Dengan kerjasama operasi dan manajemen, KOMPASTV memasok program tayangan hiburan dan berita pada stasiun televisi lokal di berbagai kota di Indonesia, bahkan beberapa negara tetangga telah terlibat dalam proses kerjasama.

Menjawab tantangan dunia media di Indonesia, sebagai bagian dari Kompas Gramedia Group yang memiliki motto *Enlightening People*,

KOMPASTV didukung dengan komposisi karyawan berkualitas dan berdedikasi tinggi, yang senantiasa berusaha menyalurkan informasi yang akan menjadi inspirasi Indonesia.

Gambar 2.1 : Logo KOMPASTV



Sumber : Google Image Search

### 2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

#### Visi

Visi dari Kompas TV adalah menjadi organisasi paling kreatif di Asia Tenggara yang mencerahkan kehidupan masyarakat.

#### Misi

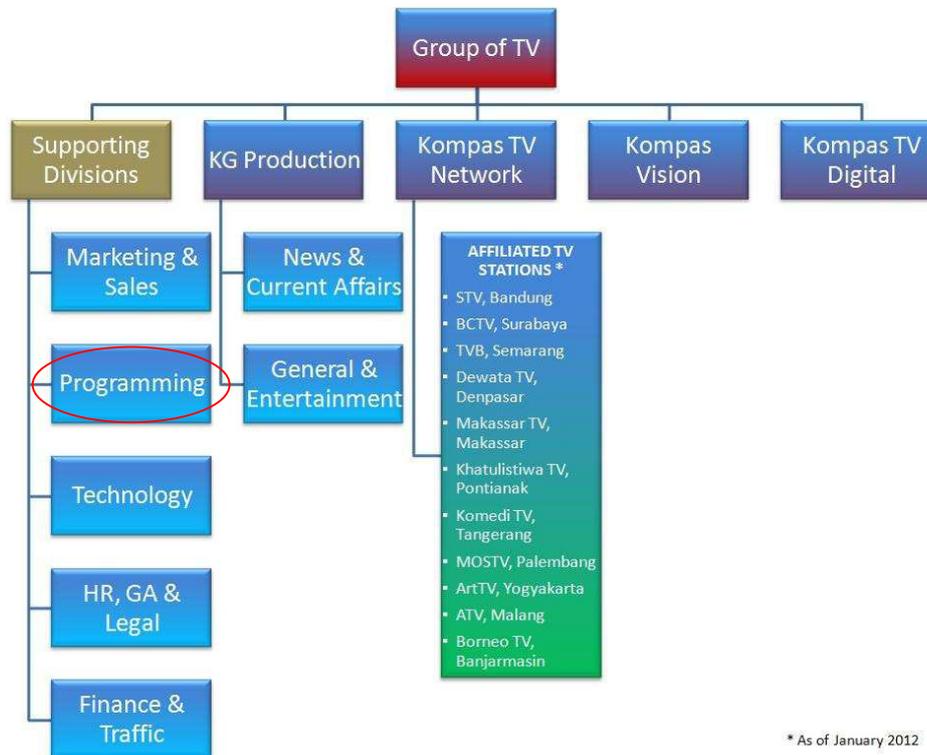
Menayangkan program-program dan jasa informatif, edukatif, dan menghibur. Melibatkan pemirsa dengan program-program yang independen, khas, serta memikat yang disajikan melalui layanan *multiplatform*.

### 2.1.2 Target Audience Kompas TV

Kompas TV yang tayang perdana pada tanggal 9 September 2011 memiliki target *audience* yang berasal dari *Social Ekonomi Status* (SES) A, B, dan C1, dengan *range* umur pemirsanya 15 sampai diatas 55 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan catatan Nielsen, SES pada tahun 2011 untuk SES A adalah orang dengan pendapatan diatas Rp. 4,500,001, SES B Rp. 2,000,001- Rp. 3,000,000, dan SES C1 Rp. 1,500,001-Rp. 2,000,000. Dengan begitu bisa penulis ambil kesimpulan bahwa target *audience* dari Kompas TV adalah ABC1: 15-55+.

Gambar 2.2 : Struktur Organisasi Kompas TV



## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Departemen *Research and Development*

Departemen *Research and Development* (R&D) merupakan divisi yang memiliki tugas menghitung *rating* dan *share* suatu program yang sudah tayang, khususnya di Kompas TV. Selain menganalisis *rating* dan *share*, tim R&D juga diberi tugas untuk melakukan analisis dari program yang sudah tayang.

Dengan menggabungkan data yang didapat dari Nielsen dan *rundown* yang dibuat oleh penulis, maka akan menghasilkan data analisis suatu program dengan sangat mendetail.

Sejumlah elemen penting, seperti manajemen, divisi program, divisi *research & development* (R&D), para produser, dan para penanggung jawab program acara akan bertemu untuk mengevaluasi angka-angka *rating* yang telah mereka terima.

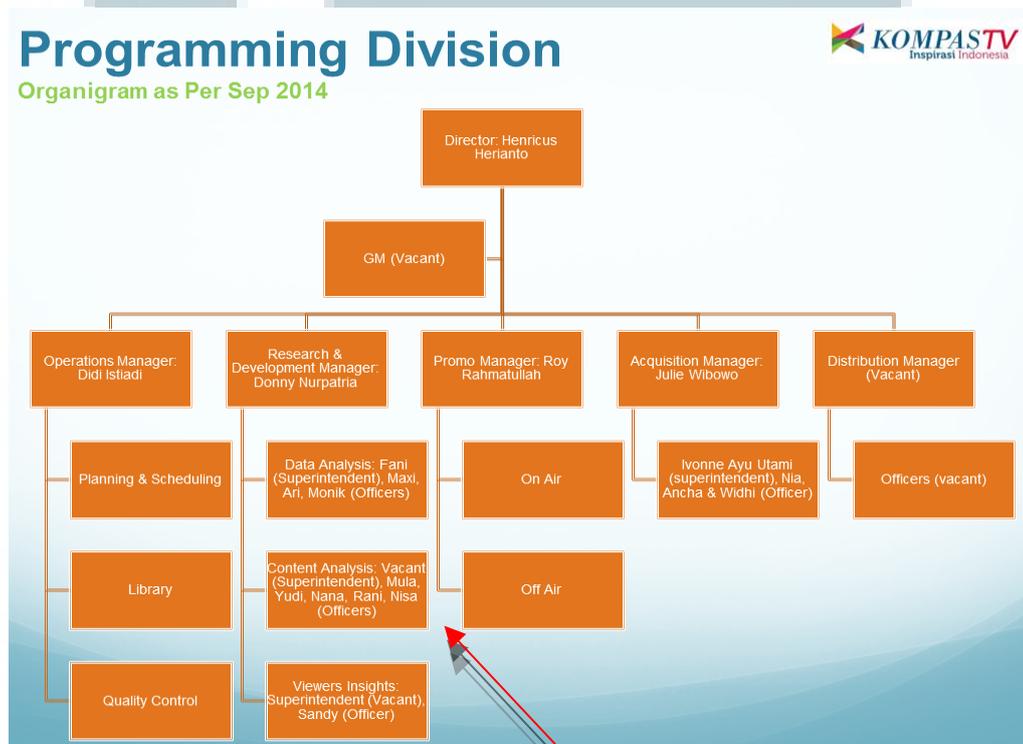
Dalam pertemuan tersebut, biasanya ada sejumlah hal yang akan menjadi pokok bahasan, yakni *content program* acara, waktu tayang, serta *rating* dan *share* dari stasiun televisi kompetitor. Tiga agenda rapat tersebut menjadi pegangan umum untuk melakukan evaluasi mengenai topik acara, presenter,

segmen acara, kualitas tayangan, atau ketepatan antara waktu tayang dengan agenda masyarakat yang di bayangkan (Panjaitan & Iqbal, 2006 : 31).

Disamping itu, mereka juga akan melihat apakah program acara yang turun *rating* dan *share*-nya itu berbenturan dengan program acara di stasiun televisi kompetitor? Apakah program acara di stasiun televisi kompetitor lebih menarik *content*-nya? Pengetahuan tentang kekuatan dan kelemahan kompetitor ini dianggap penting agar stasiun televisi bisa mengatur siasat berikutnya (Panjaitan & Iqbal, 2006 : 31).

Ruangan Departemen R&D berada di lantai 3 Gedung Kompas TV. R&D memiliki 3 tim dalam melakukan riset dan analisis suatu program. Di pimpin oleh Donny Nurpatria, *Research and Development Manager*, R&D dibagi dalam *Data Analyst*, *Content Analyst* (posisi penulis dalam melakukan magang), dan *Viewers Insights*.

Gambar 2.3 : Struktur Organisasi Programming Division

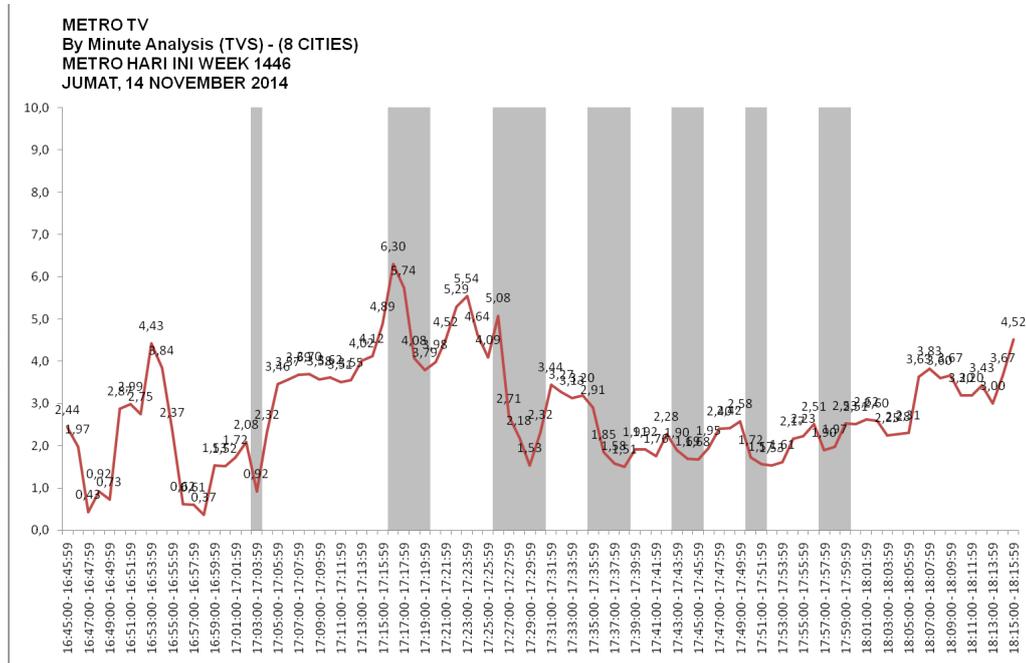


**Posisi Penulis**

Jika suatu program mendapatkan *rating* dan *share* yang cukup tinggi, maka tugas R&D adalah melihat dan menganalisis bagian manakah yang

membuat *rating* dan *share* tersebut menjadi tinggi. Nantinya, *Content Analyst* akan melihat grafik dan data dari program tersebut.

Gambar 2.4 : Contoh Grafik dari Program Berita Metro Hari ini, Jumat 14 November 2014



Data tersebut keluar dalam bentuk raw (mentahan) pada pukul 10:00 WIB, dan Kompas TV akan mendapatkan data yang sudah utuh pada pukul 13:00 WIB. Karena itulah penulis diminta oleh pembimbing untuk segera menyelesaikan dan menyerahkan tugas berupa *rundown* sebelum pukul 14:00 WIB.

