

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Yogyakarta merupakan salah satu pusat pendidikan dan budaya di Indonesia, namun gelar ini berpotensi hilang dikarenakan generasi penerus di Kota Yogyakarta mayoritas tidak mengenal budaya di Kota Yogyakarta itu sendiri, hal ini sejalan dengan pernyataan Walikota Yogyakarta Haryadi Suyuti¹ yang menyatakan bahwa angka literasi dan pengetahuan tentang kebudayaan Yogyakarta pada anak-anak masih rendah. Menyikapi hal ini, Pemda setempat telah melakukan berbagai program untuk meningkatkan angka literasi dan pengetahuan tentang kebudayaan Yogyakarta pada anak-anak dalam upaya meningkatkan minat baca, Program budaya membaca telah diperkenalkan dengan melibatkan kerjasama antara Dinas Pendidikan & Dinas Perpustakaan dan Kearsipan. Program ini dirancang agar dapat langsung diikuti oleh anakanak, memberikan mereka kesempatan untuk mengembangkan kebiasaan membaca secara aktif. Selain itu, berbagai event berbasis budaya juga diadakan dengan dukungan dari Dinas Pariwisata Yogyakarta, bertujuan untuk memperkenalkan kekayaan budaya daerah kepada masyarakat secara menyeluruh. Tidak hanya itu, program TV berkualitas juga turut diluncurkan dengan melibatkan beberapa stasiun TV lokal. Program ini menampilkan konten

¹ <https://www.smpn12jogja.sch.id/2019/12/17/angka-literasi-rendah-walikota-yogyakarta-jadikanliterasi-sebagai-program-pemberdayaan-masyarakat-pada-2020/>

yang berbasis kebudayaan dalam format yang menarik dan disesuaikan untuk disukai oleh anak-anak, sehingga memberikan alternatif hiburan yang edukatif.

Dengan beberapa strategi yang sudah dijalankan pemda Yogyakarta, ada beberapa hambatan yang membuat angka literasi dan pengetahuan budaya pada anak-anak masih rendah. Dikarenakan saat ini zaman sudah memasuki era digital. Anak-anak sudah mengenal teknologi sejak sangat dini, sehingga diperlukan pembaharuan strategi. Fakta dilapangan yang terjadi, mayoritas anak usia dini menurut BPS (5 – 14 tahun)² cenderung lebih tertarik mengakses media sosial seperti Instagram, tiktok, youtube, dsb pada perangkat genggam mereka, yang mana aplikasi tersebut sangat sulit dikontrol kontennya oleh pemda setempat. Banyak sisi negative yang belum layak ditonton oleh anak usia dini. Sehingga strategi yang dijalankan oleh pemda setempat tidak mendapat hasil maksimal, anak-anak jarang membaca buku dan menonton televisi. Sehingga Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki tantangan tersendiri dalam memastikan bahwa anak-anak di kota ini mendapatkan pengalaman bermedia yang positif dan mendukung perkembangan mereka. Berdasarkan data ini peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran yang sudah dilakukan oleh stasiun TV Lokal, karena menurut peneliti, strategi program penyiaran ini sangat penting, dikarenakan pada era digital ini, untuk meningkatkan literasi dan pengetahuan budaya pada anak-anak juga memerlukan media digital yang baik. Harapannya dengan media digital yang baik dapat mengubah pola pikir anak- anak sehingga tertarik membaca buku dan

² <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/1/0>

mengenal kebudayaan Kota Yogyakarta. Bisa dikatakan efektif karena stasiun televisi lebih mudah dikontrol oleh pemda setempat. Peran dan fungsi televisi dapat mempengaruhi karakter dan perkembangan sosial, ekonomi, budaya, dan politik masyarakat itu sendiri.³ Menurut Peter Herford⁴, televisi adalah media yang menarik dan familiar bagi anak-anak. Media televisi memiliki kemampuan untuk memberikan pesan yang ingin disampaikan melalui audio dan visual yang dikemas secara menarik untuk anak agar pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap oleh anak-anak.⁵

Berdasarkan penelitian sebelumnya⁶ ditemukan bahwa program televisi yang berkualitas dapat mempengaruhi perkembangan psikologis anak-anak, seperti peningkatan kemampuan kognitif dan bahasa. Namun, masih terdapat perdebatan mengenai dampak program televisi pada minat dan bakat anak-anak. Ada beberapa stasiun TV Lokal di Yogyakarta, disini peneliti mengambil objek pada stasiun TV “Jogja TV”, pada stasiun Jogja TV terdapat banyak program tv yang disiarkan mulai dari langen swara, seputar jogja, bincang hari ini dan ceria anak, dll. Peneliti mengambil objek pada program Jogja TV yaitu

³ Luthfiah, H. T., Effendy, E., & Kurniawan, A. (2023). Sejarah Perkembangan Televisi dan Perannya sebagai Media Dakwah Islam. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 721-731.

⁴ Morrison. *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, (Tangerang: Ramdina Perkasa, 2005), h.2

⁵ Azmi, N. (2014). Dampak media televisi terhadap prilaku sosial anak. *Scientiae Educatia: Jurnal Pendidikan Sains*, 3(2), 11-28.

⁶ *Ibid*

“ceria anak” dikarenakan hanya program tersebut yang menyasar kalangan anak-anak. Program ceria anak ditayangkan setiap hari Sabtu Pukul 12:00 WIB hingga 13:00 WIB dengan pengembangan strategi efektif yang dilakukan oleh Jogja TV, sehingga program penyiaran ceria anak di Jogja TV dapat mendukung perkembangan positif anak-anak di Yogyakarta.⁷

Berdasarkan penelitian sebelumnya⁸ yang diperdebatkan oleh para ahli, peneliti berasumsi bahwa ada kemungkinan proses penyiaran program tidak berjalan lancar karena alasan teknis dan non-teknis. Sampai saat ini, program ceria anak masih tersedia dan sudah dikemas dengan menarik di Jogja TV. Ini adalah hasil dari upaya produser program untuk tetap dapat dinikmati oleh semua penontonnya. Tujuan dari program ini adalah untuk mengajarkan moral dan etika kepada anak-anak di Indonesia, sehingga pertumbuhan mereka akan lebih baik di masa depan.⁹

Dalam penelitian Siti Naila yang berjudul “Strategi Membangun Citra Positif TV Lokal Melalui Program Acara Siaran Klinong-klinong Campursari Di Jogja TV” menyebutkan bahwa Jogja TV merupakan televisi lokal yang mengusung budaya lokal daerah Yogyakarta dan sekitarnya dengan menggunakan program acara televisi yang menampilkan berita dan acara lokal, berita dalam

⁷ Rohani, G. A. (2015). Pengaruh Televisi (TV) terhadap aspek-aspek perkembangan anak usia 3-4 tahun. *Jurnal pendidikan anak*, 4(2).

⁸ *Ibid*

⁹ Wilman, S. (2021). STRATEGI PRODUSER PROGRAM “ACARA ANAK INDONESIA” DI TVRI KALTIM.

lingkup nasional dan internasional yang akurat dan aktual, yang dapat menjadi sarana hiburan dan media informasi bagi masyarakat Jogja dan pemirsa Jogja TV yang menampilkan berbagai program acara yang direspon masyarakat secara langsung.¹⁰

Selain itu peneliti menjadikan Jogja TV sebagai objek penelitian pada penelitian ini karena Jogja TV adalah salah satu stasiun televisi lokal di Yogyakarta yang menayangkan program-program ceria anak, seperti film animasi, musik, dan acara edukasi. Program-program ini dapat menumbuhkan minat dan bakat anak-anak dalam bidang seni, musik, dan pengetahuan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi program penyiaran ceria anak di Jogja TV dalam menumbuhkan minat dan bakat anak-anak di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui strategi program penyiaran ceria anak dalam menumbuhkan minat dan bakat anak-anak di Yogyakarta.

¹⁰ Hasni, S. (2022). *Strategi Membangun Citra Positif TV Lokal Melalui Program Acara Siaran Klinong-Klinong Campursari di Jogja TV* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

- a. Kontribusi pada bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam mengidentifikasi pengaruh program penyiaran ceria anak terhadap minat dan bakat anak.
- b. Memberikan pemahaman tentang jenis program penyiaran ceria anak yang dapat meningkatkan minat dan bakat pada anak
- c. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian serupa atau mengembangkan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh media massa terhadap anak.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Mengetahui strategi penyiaran program ceria anak yang efektif dalam meningkatkan minat dan bakat pada anak, sehingga stasiun televisi dan produser program televisi dapat mengembangkan program yang lebih baik dan sesuai kebutuhan anak-anak.
- b. Memberikan informasi kepada orang tua dan pengasuh tentang jenis program televisi yang dapat membantu meningkatkan minat dan bakat anak.
- c. Memberikan rekomendasi kepada pemerintah dan regulator industri media massa tentang jenis program televisi yang harus di atur dan diawasi dengan baik untuk melindungi anak-anak dari konten yang tidak pantas dan dapat membahayakan mereka.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Cara pandang atau melihat sesuatu yang hidup dalam diri seseorang dan mempengaruhi cara mereka melihat dunia luar adalah dikenal sebagai paradigma. Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana peneliti melihat peristiwa dalam kehidupan sosial dan bagaimana mereka memperlakukan ilmu atau teori yang dibangun.¹¹ Ilmu atau teori yang dibangun berdasar pandangan-pandangan para pemikir kajian budaya Masyarakat dengan analisis ilmiah yang berkaitan dengan penelitian seni dan budaya Masyarakat.¹² Pendekatan kualitatif diartikan sebagai sebuah ketentuan dalam penelitian yang nantinya akan menghasilkan data berupa deskriptif yaitu kata-kata dalam uraian tertulis maupun lisan dari aspek-aspek yang ingin diteliti.

1.5.2 Subjek Penelitian

Subjek atau focus penelitian adalah orang yang paling memahami situasi dan kondisi yang berkaitan dengan penelitian sehingga dimanfaatkan sebagai informan dengan standar yang digunakan oleh peneliti untuk memilih subjek penelitian sebagai berikut:

- a. orang yang di anggap menguasai terhadap masalah yang diteliti, mulai dari kepala produksi hingga produser,

¹¹ Guba & Lincoln, (1988: 89-115)

¹² Susilo Pradoko, A. (2017). M. Paradigma Metode Penelitian Kualitatif: Keilmuan Seni, Humaniora, Dan Budaya. (2017:

b. Orang yang terlibat dalam produksi program penyiaran ceria anak di Jogja TV. Berikut adalah subjek yang di wawancarai dalam penelitian ini yakni Bagas Satya Panditawa selaku Kepala Produksi Program dan Irawan Haryanto selaku produser program Penyiaran ceria anak.

1.5.3 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah masalah, fenomena, target, atau hal-hal yang menjadi fokus dan sasaran penelitian. Objek penelitian biasanya memiliki fitur, karakteristik, nilai, atau variasi tertentu yang perlu diteliti lebih lanjut untuk mencapai kesimpulan. Maka dari itu objek dari penelitian ini adalah Program

Ceria Anak Jogja TV serta khalayak terutama anak-anak yang menonton siaran Ceria Anak Jogja TV.

1.6 Jenis Data

Dalam kajian program acara-acara seru anak yang ditayangkan di Jogja TV terhadap tumbuh kembang minat dan bakat anak-anak yang dikumpulkan dengan data primer & sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber asli untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer menggunakan hasil wawancara dan observasi dengan mewawancarai informan yang kompeten yaitu Kepala Produksi Jogja TV dan Produser program Ceria Anak.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain atau data yang sudah ada dan dapat digunakan dalam penelitian. Contoh data sekunder dalam penelitian ini diantara lain:

- 1) Penelitian sebelumnya atau laporan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain dengan topik serupa.
- 2) Data dari sumber publik memberikan informasi mengenai acara-acara seru anak-anak yang ditayangkan di Jogja TV, seperti jadwal tayang, ringkasan acara atau profil saluran TV.

Menggabungkan data primer dengan data sekunder dapat memperkuat penelitian dan memberikan konteks yang lebih luas terhadap temuan peneliti. Data sekunder dapat digunakan untuk mendukung atau membandingkan hasil penelitian dengan data primer. Data primer akan memberikan lebih banyak wawasan mengenai strategi program televisi terhadap anak-anak, sedangkan data sekunder dapat membantu Peneliti memasukkan temuan ke dalam konteks yang lebih luas.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif mengenai strategi program penyiaran ceria anak di Jogja TV dalam menumbuhkan minat dan bakat pada anak-anak, digunakan beberapa Teknik pengumpulan data kualitatif sebagai berikut:

a. Observasi

Peneliti akan mengamati keterlibatan tim produksi dalam melaksanakan program ceria anak ini. Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap suatu objek atau fenomena. Ini melibatkan pemanfaatan panca indera untuk memperoleh informasi tentang

perilaku, kejadian, atau karakteristik tertentu. Observasi dapat dilakukan secara langsung, di lapangan, atau melalui media seperti video.

b. Wawancara

Melakukan wawancara dengan tim produksi program penyiaran ceria anak. Wawancara merupakan teknik yang efektif untuk memahami pandangan, pengalaman, dan pendapat responden terkait program televisi dan dampaknya. Anda dapat menggunakan wawancara terstruktur dengan daftar pertanyaan tetap, atau wawancara terbuka untuk memungkinkan responden berbicara lebih bebas tentang pengalaman mereka.

Jenis wawancara yang dilakukan oleh peneliti merupakan wawancara tidak terstruktur atau bebas, yang mana pada jenis wawancara ini, pertanyaan yang diajukan peneliti bersifat fleksibel agar data yang diperoleh merasa tercukupi. Berdasarkan jumlah peneliti juga menentukan kapasitas informan yaitu perseorangan atau responden tunggal.

c. Dokumen Pendukung

Dokumen pendukung didapat dari internal Perusahaan, Mulai dari SOP Perusahaan hingga perizinan tayang dan lainnya. Dokumen pendukung adalah sumber informasi tertulis atau visual yang mendukung penelitian atau analisis suatu topik. Ini dapat mencakup laporan, catatan, surat, buku, gambar, grafik, atau dokumen lainnya yang memberikan wawasan atau konteks terkait dengan subjek penelitian.

d. Referensi Pendukung

Merupakan sumber tambahan yang berasal dari eksternal Perusahaan seperti sumber perpustakaan dan modul. Selain itu Referensi pendukung merupakan literatur atau sumber lain yang digunakan untuk mendukung klaim, argumen, atau analisis dalam penelitian atau tulisan. Referensi ini bisa berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, situs web, atau sumber-sumber lainnya yang memberikan dasar teoritis atau dukungan empiris terhadap topik yang dibahas.

e. Dokumentasi

Melakukan analisis konten terhadap dokumen atau catatan mengenai program penyiaran ceria anak di Jogja TV, seperti daftar program, sinopsis acara, atau catatan internal stasiun televisi. Ini akan membantu Anda memahami isi program dan tujuan dari setiap program tersebut.

1.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah Upaya yang dilakukan untuk menghitung dan menganalisis data serta informasi yang dihasilkan untuk dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui proses sistematis dengan melakukan catatan wawancara, observasi, dan penelitian dokumen dan dokumen. Analisis data dilakukan peneliti setelah melalui proses wawancara, kemudian hasil wawancara tersebut diubah menjadi transkrip, kemudian diteliti dan disempurnakan dengan dokumen atau data yang ada. Keabsahan data dianalisis dengan menggunakan Teknik triangulasi data yang dikumpulkan. Ada beberapa proses dalam analisis data kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data

Setelah pengumpulan data, data akan diseleksi, dipilah, dan diubah menjadi laporan rinci, sehingga data yang disajikan lebih fokus pada inti kasus dan tidak terlalu luas. . Reduksi data adalah kegiatan merangkum catatan-catatan dari pengumpulan data lapangan kemudian mengorganisasikan hasilnya sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian hasil-hasil yang ada diklasifikasi menurut arahan yang diberikan, pedoman dan fokus pada permasalahan data penelitian.

b. Penyajian Data

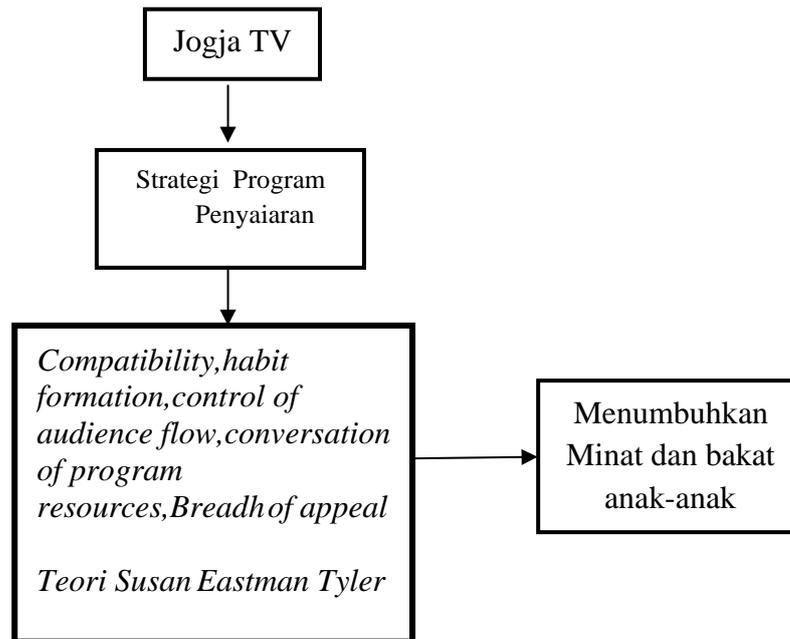
Data yang telah mengalami tahap reduksi kemudian disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan teks. Penyajian data dalam penelitian deskriptif sebagian besar berbentuk teks, dengan uraian berdasarkan data yang ada. Penyajian data bisa disebut juga dengan visualisasi data yang berguna untuk memperoleh hasil penelitian dalam bentuk tabel, grafik, teks atau table, penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini peneliti akan menarik kesimpulan dari data yang ada. Kesimpulan dapat berupa penjelasan atau gambaran suatu kasus, atau hipotesis atau teori. Untuk menentukan kesimpulan diperlukan verifikasi pada saat proses penelitian dengan menggunakan teknik triangulasi, agar kesimpulan yang diperoleh sudah teruji dan dapat dibuktikan hasilnya. Verifikasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengulangi apa yang telah dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep

Gambar 1.9 Kerangka Konsep



1.9.2 Definisi Konsep

- a. Strategi Program Ceria Anak dalam menumbuhkan minat bakat anak

Mengacu pada pendekatan atau rencana yang diikuti Jogja TV dalam mengedit dan menyajikan program yang khusus ditujukan untuk anak-anak.

- b. *Compatibility, habit formation, control of audience flow, conversation of program resources, Breadh of appeal*

1. *Compatibility* (kesesuaian)

Program acara disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari khalayak. Rutinitas khalayak seperti kapan mereka sarapan, kerja, istirahat, dan sebagainya menjadi acuan televisi dalam menjalankan Programming.

2. Habit formation (membangun kebiasaan)

Kebiasaan khalayak dibentuk melalui program acara yang ditayangkan. Tidak jarang dari pembentukan kebiasaan ini timbul sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak pun enggan meninggalkan program acara yang ditayangkan.

3. Control of audience flow (mengontrol aliran pemirsa)

Ketika sebuah program selesai ditayangkan, maka program berikutnya disajikan. Antara program yang satu dengan berikutnya, jumlah audiens harus tetap dijaga dengan menyajikan program yang tetap bisa menjaga aliran penonton agar tidak beralih ke channel lain atau bahkan menarik penonton channel lain.

4. Conservation of program resources (pemeliharaan sumber daya program)

Tidak jarang program acara yang sangat terkenal dan digemari banyak khalayak sekalipun menjadi sangat kuno ketika ditayangkan kembali untuk kesekian kalinya. Oleh karena itu, stasiun televisi dituntut untuk kreatif dalam menyajikan materi program yang ditayangkan.

5. Breadth of appeal (daya tarik yang luas)

Program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini

bergantung pada status organisasi televisi dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang ditayangkan.¹³

c. Menumbuhkan Minat dan Bakat anak-anak

Mengembangkan minat dan bakat anak melibatkan usaha untuk merangsang, mengembangkan, dan mengoptimalkan potensi serta kecenderungan alamiah yang dimiliki oleh anak. Karena setiap anak memiliki minat dan bakat yang berbeda-beda, metode dan pendekatan yang bervariasi diperlukan untuk menggali potensinya. Dalam penelitian Friska Martha Bella Ambarsari yang berjudul “Penerapan Bimbingan Karir untuk Meningkatkan Bakat dan Minat Siswa di SMP Ma’arif 13 Curah Takir” menjelaskan definisi operasional Minat adalah kegiatan dan tindakan maupun tugas-tugas yang menumbuhkan rasa ingin tahu seorang individu, perhatian yang dapat menjadikan seorang anak merasa senang. Kemudian Bakat adalah kemampuan yang ada dalam diri seorang anak tanpa dilatih bisa memiliki berbagai potensi, sehingga perlu perhatian khusus agar dapat mencapai suatu kecakapan, kemahiran, kemampuan dalam suatu pengetahuan.

¹³ I T Dewi, “Strategi Programming Mnetv Dalam Mempertahankan Program Dakwah,” 2014, http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/26290%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26290/1/ISYANA_TUNGGGA_DEWI-FDK.pdf.

1.9.3 Definisi Operasional

Definisi operasional membantu peneliti memahami dan mengukur variabel atau ide dalam penelitian secara konsisten dan obyektif. Definisi ini mencakup identifikasi indikator atau karakteristik yang dapat digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi ini juga mencakup pertanyaan spesifik atau indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat konsep penelitian yaitu Strategi Program Penyiaran, Definisi operasional akan mencakup indikator atau langkah-langkah konkret yang digunakan dalam merencanakan, menjadwalkan, dan mengelola program penyiaran agar tetap menarik dan mempertahankan ketertarikan pendengar atau pemirsa. Definisi operasional juga memberikan pedoman yang jelas untuk mengukur strategi program siaran secara konsisten dan obyektif.¹⁴

Berikut beberapa strategi program dalam penyiaran:

1.) Compatibility (kesesuaian)

Compatibility dalam program penyiaran dapat didefinisikan sebagai kesesuaian antara program yang disiarkan dengan kebutuhan dan minat audiens. Ini dapat didefinisikan secara operasional dengan indikator seperti tingkat kecocokan antara tema program dengan minat audiens, tingkat kecocokan antara waktu siaran dengan jadwal kegiatan audiens, dan sebagainya.

¹⁴ Ingratubun, A. (2021). Strategi Programming Acquisition dalam Kelancaran Operasional Penyiaran Program Televisi. *Journal Signal*, 9(1), 25-49.

2.) Habit Formation (membangun kebiasaan)

Habit formation dalam konteks program penyiaran dapat didefinisikan sebagai pembentukan kebiasaan atau pola perilaku audiens saat menonton atau mendengarkan program. Definisi operasional dari habit formation dapat mencakup faktor-faktor seperti tingkat kepuasan audiens terhadap program, frekuensi dan durasi menonton atau mendengarkan program, dan sebagainya.

3.) Control of audience flow (mengontrol aliran pemirsa)

Control of audience flow dalam program penyiaran dapat didefinisikan sebagai pengaturan arus audiens untuk menonton atau mendengarkan program. Definisi operasional kontrol arus audiens dapat mencakup hal-hal seperti tingkat keberhasilan dalam menarik audiens untuk menonton atau mendengarkan program, tingkat keberhasilan dalam mempertahankan audiens selama program berlangsung, dan sebagainya.

4.) Conservation of program resources (pemeliharaan sumber daya program)

Dalam konteks program penyiaran, conservation of program dapat digunakan sebagai pengelolaan dan penghematan sumber daya program siaran. Diskusi sumber daya program dapat didefinisikan secara operasional dengan indikator seperti tingkat keberhasilan penggunaan sumber daya program, tingkat efisiensi penggunaan, dan sebagainya.

5.) Breadth of appeal (daya tarik yang luas)

Dalam konteks program penyiaran, breadth of appeal dapat didefinisikan sebagai tingkat daya tarik program terhadap berbagai jenis audiens. Definisi operasional dari breadth of appeal dapat mencakup metrik seperti tingkat

keberhasilan dalam menarik perhatian audiens dari berbagai latar belakang, tingkat keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan dan minat berbagai jenis audiens, dan sebagainya.¹⁵

¹⁵ Ingratubun, A. (2021). Strategi Programming Acquisition dalam Kelancaran Operasional Penyiaran Program Televisi. *Journal Signal*, 9(1), 25-49.