

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Strategi komodifikasi merupakan salah satu strategi yang dapat melihat bagaimana program acara tersebut bisa menjadi nilai tukar untuk menstabilkan kembali ekonomi perusahaan media penyiaran. Rating merupakan syarat utama untuk program tersebut berhasil mendapatkan keuntungan. Dengan rating dan share yang tinggi mampu menarik perhatian audiens dan yang pastinya para pengiklan. Audiens juga menjadi faktor utama untuk keberhasilan program. Karena hidup suatu program bergantung dari audiens. Hasil analisis strategi program yang diterapkan “Anak Sekolah” didapatkan dengan cara melakukan observasi lapangan dan pendekatan teori politik ekonomi media berkonsep komodifikasi. Dalam memperebutkan audiens dari persaingan pasar di media penyiaran,

Hasil yang diperoleh dalam program ini adalah dengan memiliki strategi yang kuat sehingga program Anak Sekolah ini berhasil bertahan sampai saat ini melalui segala hambatan yang dialami dan bagaimana team menarik perhatian para audiens dan pengiklan untuk dijadikan nilai tukar biaya operasional media penyiaran. Hal ini untuk mengetahui bagaimana strategi komodifikasi program Anak Sekolah. Karena ingin mengetahui bagaimana team program ini survive ditengah banyaknya program televisi lainnya untuk mempertahankan rating dan share. Dan untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang dapat menghambat strategi itu sendiri.

Pada dasarnya suatu program dibuat untuk memenuhi kebutuhan biaya operasional perusahaan media. Dengan memutuskan untuk melahirkan suatu program, tim program pastinya akan menerima segala resiko yang terjadi, hal tersebut sudah

memiliki strategi yang akan digunakan agar dihindari. Awal mula program tayang pastinya memiliki strategi yang kuat, agar program tersebut dapat memenuhi target perusahaan dan target pasaran. Strategi yang dipilih ialah strategi yang mampu mempertahankan masa tayang program dan mendapatkan rating dan share sesuai target.

Salah satu strategi yang paling penting ialah memikat perhatian audiens. Karena audiens merupakan factor penting. Banyaknya audiens menentukan rating dan share yang didapatkan. Dengan rating yang tinggi mampu menarik perhatian pengiklan untuk mempromosikan produk/jasanya untuk ada di program tersebut. Dalam program anak sekolah memainkan karakter-karakter yang kuat dan berbeda dapat menjadi keunggulan dari program Anak Sekolah, lalu menentukan ide cerita yang selalu baru dan menarik menjadi kunci utama untuk program ini, membuat suasana dan look yang berbeda merupakan strategi yang digunakan program tersebut. Selain itu anak sekolah juga aware dengan media sosial maupun melihat apa saja yang dibutuhkan oleh audiensnya. Dengan memenuhi kebutuhan audiensnya, mampu menarik banyak perhatian audiensnya, sehingga banyak iklan yang melirik program ini. Kepuasan audiens juga menjadi factor penting untuk program ini, karena dengan begitu program ini merasa bahwa mereka telah berhasil memberikan suatu ide cerita yang menarik dan unik.

5.2. Saran

Hasil penelitian “Strategi Komodifikasi Program Situasi Komedi Anak Sekolah Trans 7 Dalam Mempertahankan Rating” diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan memanfaatkan data pendukung yang lebih tepat untuk menemukan informasi baru yang relevan. Bahan ajar untuk

institusi dan badan terkait untuk digunakan sebagai referensi. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menulis secara efektif berdasarkan pengetahuan dan keterampilannya tanpa menjiplak penelitian yang sudah ada melainkan melanjutkan penelitian yang sudah ada, mengutipnya, dan memberikan sumber yang jelas.

