

Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora
Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Strategi Analisis Konten dalam Evaluasi Program *Hard News Inhouse*
Sindonews TV**

DOI: <https://doi.org/10.32509/petanda.v8i1.6348>

Amalia Febriyani*, Guruh Ramdani

IPB University

Jl. Raya Darmaga Kampus IPB, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680

*Email Korespondensi: febriyanifebriyani@ipb.ac.id

Abstract - This study aims to explain the content analysis strategy in evaluating Sindonews TV's in-house hard news programs. The method used is descriptive qualitative through in-depth interviews, observation, and active participation. The results of the study show that evaluating program performance through indicators such as Minute by Minute (MBM), Average Time Viewing, Television Rating, share, reach, and involvement helps identify the categories that are most popular with viewers, especially those that feature current and relevant issues. Audience segmentation based on region and viewer migration supports content adjustment according to demographic and geographic characteristics. In addition, comparative analysis with competitors can identify topic trends and determine potential content that can attract viewers' attention. These findings indicate that the application of content analysis strategies helps the editorial team adjust the news agenda in accordance with Agenda Setting Theory, thereby improving the quality of Sindonews TV's in-house hard news programs. This study theoretically contributes by expanding the application of Agenda Setting Theory within a data-driven newsroom context, while practically providing a structured evaluation model that can serve as a reference for news television stations in designing content analysis strategies that are systematic and responsive to audience behavior.

Keywords: Content Analysis; Program Evaluation; Hard News; Performance; Sindonews TV

Abstrak - Penelitian ini bertujuan menjelaskan strategi analisis konten dalam evaluasi program *hard news inhouse* Sindonews TV. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan partisipasi aktif. Data dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi performa tayangan melalui indikator *Minute by Minute* (MBM), *Average Time Viewing*, *Television Rating*, *share*, *reach*, dan *involvement* membantu mengidentifikasi kategori yang paling diminati penonton, khususnya yang menampilkan isu aktual dan relevan. Segmentasi audiens berdasarkan wilayah dan migrasi penonton mendukung penyesuaian konten sesuai karakteristik demografis dan geografis. Selain itu, analisis perbandingan dengan kompetitor dapat melihat tren topik, dan menentukan konten potensial yang mampu menarik perhatian penonton. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi analisis konten membantu redaksi menyesuaikan agenda pemberitaan sesuai Teori Agenda Setting, sehingga meningkatkan kualitas program *hard news inhouse* Sindonews TV. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dengan memperluas penerapan Teori Agenda Setting pada konteks redaksi berbasis data, serta secara praktis menghasilkan model evaluasi terstruktur sebagai acuan stasiun televisi berita dalam merancang strategi analisis konten yang sistematis dan responsif terhadap perilaku audiens.

Kata Kunci: Analisis Konten; Evaluasi Program; Hard News; Performa; Sindonews TV

Pendahuluan

Pola konsumsi informasi masyarakat telah sangat dipengaruhi oleh transformasi media yang terjadi di era *digital*. Perubahan tersebut turut memengaruhi cara masyarakat memilih dan menggunakan media sebagai sumber informasi. Televisi masih menjadi salah satu media komunikasi massa paling penting di Indonesia yang memengaruhi opini publik, meskipun sudah mengalami kemajuan teknologi dan munculnya banyak platform digital, televisi tetap menjadi sumber informasi bagi masyarakat Indonesia. Menurut Purniati, (2022) menyebutkan hampir 80,8% orang menganggap televisi adalah media informasi yang paling utama dibandingkan media lain untuk mengikuti informasi sosial, politik, dan ekonomi di dalam negeri. Angka tersebut menunjukkan bahwa televisi tidak sepenuhnya tergantikan dengan media *digital*, dengan demikian, televisi harus lebih beradaptasi pada pola konsumsi informasi dari masyarakat yang terus berkembang secara dinamis saat ini.

Berdasarkan data Nielsen Indonesia, jumlah penonton televisi (TV) di wilayah perkotaan seluruh Indonesia pada tahun 2023 mencapai 130 juta orang, meningkat signifikan dibandingkan jumlah sebelumnya sebesar 58,9 juta orang (Dadam Nuralam & Shabana, 2023). Peningkatan jumlah penonton ini diperoleh melalui survei yang mencakup Jawa, Sumatera, dan pusat populasi lainnya, termasuk daerah yang sebelumnya kurang terwakili atau tidak terwakili sama sekali.

Tantangan bagi media televisi semakin kompleks seiring dengan perubahan perilaku audiens di era *digital*. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Septianingsih & Putranto, 2025) menunjukkan bahwa 76% pengguna internet di Indonesia mengakses berita melalui platform digital seperti YouTube (58%), media sosial (54%), dan situs berita (46%). Kondisi ini mengharuskan televisi untuk menyelaraskan strategi konten dengan tren digitalisasi agar tidak kehilangan relevansi di tengah pergeseran pola konsumsi informasi masyarakat.

Program berita, khususnya *hard news*, memiliki peran strategis dalam penyiaran televisi karena menyajikan informasi aktual yang berkaitan dengan isu sosial, politik, hukum, dan ekonomi. Penyampaian *hard news* membutuhkan kecepatan dan akurasi informasi, sehingga kualitas konten menjadi faktor penting dalam mempertahankan minat penonton di tengah persaingan antar media yang semakin ketat.

Proses evaluasi konten menjadi penting bagi keberlangsungan stasiun televisi karena berfungsi memastikan program yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan audiens sekaligus memenuhi tanggung jawab sosial media dalam menyajikan informasi yang dapat dipercaya. Evaluasi juga digunakan untuk menilai keberhasilan program dari tahap produksi hingga penyiaran. Nuralam, Shabana, & Muksin, (2024) menegaskan bahwa evaluasi merupakan tahap akhir dalam siklus produksi berita yang berperan mengukur keberhasilan tayangan, memperbaiki aspek teknis dan konten, serta memahami respon audiens. Agar evaluasi memberikan hasil yang optimal, diperlukan strategi yang jelas untuk menentukan fokus analisis, metode pengumpulan data, serta perumusan rekomendasi. Tanpa strategi yang terstruktur, evaluasi berpotensi menjadi kegiatan rutin tanpa dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas program.

Sindonews TV merupakan salah satu saluran berita di bawah MNC Channels yang berada dalam naungan MNC Group dan berfokus pada program *hard news* yang diproduksi secara *inhouse* seperti Sindo Today, Sindo Siang, Sindo Sore, Sindo Prime, Sindo Files, dan Sindo Malam. Target audiens Sindonews TV mencakup penonton berusia 30 tahun ke atas dengan latar belakang kelas menengah ke atas dengan target capaian *share* dan *rating* di atas angka 4.

Performa program *hard news* di Sindonews TV tidak selalu naik tetapi juga dapat mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya analisis konten dalam memantau *performa* program, menganalisis data, dan mengevaluasi konten tayangan agar sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens. Proses evaluasi dilakukan melalui alur kerja terstruktur, dimulai dari pengumpulan dan pengolahan data *performa* oleh *data analyst*, kemudian dianalisis secara mendalam oleh *content analyst* untuk menghasilkan insight evaluatif. Hasil analisis tersebut selanjutnya divalidasi oleh divisi *Research and Development* (R&D) dan dijadikan dasar oleh tim redaksi dalam menyesuaikan format penyajian, pemilihan berita, serta kategori tayangan agar lebih relevan dengan kebutuhan penonton.

Penelitian (Arumsari & Yoedtadi, 2023) menunjukkan bahwa penurunan *share* dan *rating* program diperlukan adanya langkah strategis yang mencakup seluruh tahapan produksi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Upaya mempertahankan *performa* tayangan memerlukan pembaruan konten yang selaras dengan tujuan program dan preferensi audiens yang terus berubah. Temuan tersebut menjelaskan pentingnya strategi analisis konten yang dapat menganalisis data *performa* untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program. Hasil analisis tersebut menjadi dasar bagi tim redaksi dalam merumuskan strategi pengembangan program *hard news inhouse* Sindonews TV.

Sudiro, Nurati, dan Rangga Saptia Mohamad Permana, (2025) juga menyebutkan bahwa strategi yang dilakukan pada setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan ide, penyusunan konsep, sampai penyuntingan akhir, berpengaruh langsung terhadap kemampuan program untuk tetap menarik bagi audiens. Hal ini diperkuat oleh temuan Prananda, (2024) dalam Jurnal *Petanda*, yang menekankan bahwa penerapan strategi komunikasi yang tepat dan kematangan materi konten merupakan fondasi utama bagi media televisi untuk mempertahankan eksistensinya. Strategi ini bukan hanya menjadi pendukung operasional sebuah program, tetapi juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang menentukan kualitas tayangan. Pada konteks program *hard news*, strategi ini semakin diperlukan karena perubahan minat audiens dan cepatnya arus informasi menuntut adanya evaluasi yang akurat dan berkelanjutan.

Penelitian oleh Masful, Hutapea, & Arydianto, (2023) dalam artikel berjudul “*Evaluasi dan Rekomendasi Siaran Berita di Metro TV*” menjelaskan bahwa evaluasi program berita berperan penting dalam peningkatan kualitas tayangan dan penyesuaian strategi penyiaran terhadap kebutuhan audiens. Namun, penelitian ini belum menyoroti peran spesifik analisis konten dalam proses tersebut. Penelitian Dadam Nuralam & Shabana, (2023) berjudul “*Strategi Media Televisi Lokal Bandung TV dalam Menghadapi Era Disrupsi Digital*” menyoroti bagaimana televisi lokal beradaptasi terhadap perubahan *digital* melalui inovasi strategi konten dan manajemen siaran. Studi ini belum membahas secara langsung strategi evaluasi yang dilakukan oleh analisis konten terhadap program *hard news*. Celah inilah yang ingin dijawab oleh penelitian ini dengan menghadirkan kajian empiris mengenai strategi analisis konten dalam evaluasi program *hard news inhouse* Sindonews TV. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi analisis konten dalam proses evaluasi program *hard news inhouse* di Sindonews TV. Penelitian ini berfokus pada bagaimana data *performa*, seperti *rating* dan *share*, dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi untuk meningkatkan kualitas dan relevansi tayangan di tengah persaingan media digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami peran analisis konten dalam mengolah data tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan redaksional, sehingga program berita yang dihasilkan tetap informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena atau kondisi secara rinci, faktual, dan kontekstual tanpa memanipulasi variabel. Metode ini fokus pada pemahaman mendalam terhadap perilaku, proses, dan interaksi yang terjadi dalam situasi nyata. Pendekatan ini, peneliti dapat menafsirkan data dari pengamatan, wawancara, dan dokumen sehingga fenomena yang diteliti dapat dipahami secara utuh dan sesuai dengan konteks sosialnya (Creswell, 2016).

Teori penelitian ini menggunakan Agenda Setting dari (McCombs & Shaw, 1972), yang menyatakan bahwa media membentuk isu yang dianggap penting oleh publik melalui media agenda, public agenda, dan policy agenda. Teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana hasil strategi analisis konten dapat memengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan topik, arah penyajian, dan prioritas konten program *hard news inhouse* di Sindonews TV.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan kunci, yaitu *content analyst*, kepala R&D, dan manager redaksi, untuk memahami strategi analisis tayangan, proses validasi data *performa*, dan penerapan rekomendasi dalam penyesuaian format dan penyajian berita. Peneliti juga melakukan studi literatur untuk memperkuat interpretasi temuan. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria individu yang terlibat langsung dalam proses evaluasi program *hard news* dan pengambilan keputusan redaksional, yaitu *content analyst*, kepala Research and Development (R&D), dan manager redaksi.

Alur penelitian dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terkait *performa* tayangan program *hard news*. Tahap kedua yaitu transkripsi data wawancara untuk mempermudah proses pengolahan data. Tahap ketiga dilakukan coding dengan mengidentifikasi bagian data yang berkaitan dengan strategi analisis konten, evaluasi *performa* program, dan pengambilan keputusan redaksional. Selanjutnya, data dikategorisasi berdasarkan tema-tema utama penelitian agar pola dan hubungan antardata lebih mudah dianalisis.

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, serta dokumen *performa* tayangan untuk memastikan konsistensi data penelitian. Analisis data dilakukan dengan model Miles, Huberman, & Saldaña, (2014) melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, sehingga memudahkan peneliti menampilkan secara sistematis penerapan strategi analisis konten untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas program *hard news inhouse* di Sindonews TV.

Hasil Dan Pembahasan

Strategi analisis konten menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas program *hard news inhouse* di Sindonews TV, karena kegiatan analisis rutin memungkinkan identifikasi perubahan *performa* tayangan dan penentuan langkah evaluasi yang tepat. Proses analisis meliputi pengumpulan data *performa* tayangan, pengelompokan kategori berita yang kuat dan lemah, serta interpretasi hasil untuk menghasilkan rekomendasi perbaikan penyajian program. Hal ini sejalan dengan temuan Sudinta, Irwansyah, & Yasa, (2022) yang menunjukkan bahwa efektivitas program televisi dipengaruhi oleh bagaimana data *performa* dianalisis dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Witjaksana, (2016) menambahkan bahwa evaluasi konten diperlukan agar program berita tetap kompetitif dan sesuai dengan perubahan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, penerapan strategi analisis konten menjadi penting untuk memastikan program *hard news inhouse* tetap relevan, menarik, dan mampu bersaing dengan media lain.

Terdapat tiga tahapan utama dalam strategi analisis konten di Sindonews TV yang digunakan untuk meningkatkan kualitas program *hard news inhouse*, yaitu:

1. Pengumpulan dan analisis data *performa*

Pada industri penyiaran berita, *performa* program bisa naik atau turun. Perubahan jumlah penonton itu hal yang wajar karena dipengaruhi oleh minat audiens, tren berita yang sedang ramai, dan persaingan antarstasiun televisi. Hal ini juga dialami oleh Sindonews TV yang menayangkan program *hard news* dan menghadapi tantangan dalam menjaga *performa* tayangannya di tengah persaingan dengan media berita lainnya. Oleh karena itu, strategi analisis konten dilakukan untuk memantau dan mengevaluasi *performa* tayangan secara berkelanjutan.

Tahapan analisis dimulai dengan adalah pengumpulan dan analisis data *performa* menggunakan sistem *Minute by Minute* (MBM) dari Nielsen. Template MBM memuat kolom-kolom penting seperti waktu tayang, segmen, judul konten, kategori konten, dan *part* atau bagian, dimana pada *part* terdapat *Video Tape* (VT), dialog, infografis. Proses analisis *Minute by Minute* (MBM) didukung oleh penggunaan *software internal* milik MNC Group, yaitu Nemon dan Videolog. Kedua software ini berfungsi sebagai media pemantauan yang memudahkan dalam menonton ulang, mempercepat, atau memperlambat tayangan sesuai kebutuhan analisis, sehingga proses evaluasi dapat dilakukan secara lebih akurat dan detail. Sistem ini mencatat jumlah penonton setiap menit dan digunakan untuk melihat perubahan minat audiens secara *real time*. Ingratubun, (2023) menjelaskan bahwa analisis *Minute by Minute* (MBM) merupakan komponen penting dalam mengevaluasi *performa* program televisi karena mampu menunjukkan perubahan perhatian audiens secara *real time*. Menurutnya, MBM berfungsi untuk mengidentifikasi segmen mana yang mengalami peningkatan maupun penurunan *rating* serta *share*, sehingga tim produksi dapat menyesuaikan struktur program agar lebih kompetitif di antara program sejenis. Dengan demikian, MBM memungkinkan untuk menganalisis segmen mana yang paling menarik perhatian dan bagian mana yang menyebabkan penurunan minat, dalam proses analisis ini, setiap bagian tayangan dikategorikan berdasarkan jenis berita untuk memudahkan pengukuran efektivitasnya. Kategori yang digunakan antara lain bencana, hukum, politik, ekonomi, kriminal, internasional, olahraga, dan hiburan. *Content analyst officer* Sindonews TV menjelaskan bahwa:

“Biasanya hari Senin aku mulai recap topik berita seminggu ke belakang, lalu Selasa kita kumpulkan data MBM dari semua tayangan. Dari situ bisa kelihatan performa per kategori, headline, bahkan per buletin. Semua dirangkum jadi laporan mingguan sebelum dibahas sama redaksi.”

Content analyst officer Sindonews TV juga menambahkan bahwa *performa* program tidak selalu stabil, dan ada periode tertentu ketika tayangan mengalami penurunan.

“Ada kalanya sharenya turun, terutama kalau topik beritanya nggak terlalu kuat atau ada kompetitor yang bahas isu serupa dengan visual lebih menarik. Nah, dari situ kita pelajari datanya, supaya tahu bagian mana yang perlu diperbaiki.”

Terdapat beberapa indikator untuk menganalisis *performa* setiap minggunya, yaitu *share* menunjukkan persentase penonton yang menonton program Sindonews TV dibandingkan dengan total penonton televisi pada waktu yang sama, sehingga indikator ini menjadi tolok ukur utama untuk menilai posisi kompetitif Sindonews TV terhadap stasiun berita lain. Terdapat indikator lain seperti *Average Time Viewing* (ATV) untuk menampilkan rata-rata durasi waktu penonton bertahan menyaksikan program hingga selesai, yang menjadi indikator penting untuk menilai tingkat keterlibatan audiens (*audience engagement*), sementara terdapat *Television Rating* (TVR) dimana ini menunjukkan persentase jumlah pemirsa dari keseluruhan populasi pengguna televisi yang menonton suatu program tertentu. dan *reach unit* untuk mengukur jumlah penonton yang berhasil dijangkau oleh suatu program dalam periode penayangan,

sehingga memberikan gambaran mengenai seberapa luas cakupan audiens. Di samping itu, terdapat pula indikator *involvement*, yaitu ukuran yang memperlihatkan sejauh mana penonton terlibat secara aktif dan konsisten dalam mengikuti konten, misalnya dengan tetap menonton pada beberapa segmen berturut-turut atau memilih untuk berpindah ke saluran lain. *Involvement* memberikan gambaran lebih dalam mengenai ketertarikan penonton terhadap isi atau konten program, sehingga menjadi indikator penting dalam menilai kekuatan konten *hard news* yang ditayangkan. Indikator ini membantu mengetahui seberapa luas jangkauan audiens, apakah program mampu menarik penonton baru, serta bagaimana persebaran penonton pada setiap segmen berita. Seluruh data tersebut diproses menggunakan *macro tools* di Microsoft Excel dan divisualisasikan dalam laporan mingguan *performa* yang menjadi bahan utama dalam rapat evaluasi antara *content analyst*, *data analyst* redaksi dan R&D setiap hari Kamis. Melalui laporan ini, memungkinkan untuk menilai efektivitas tayangan *hard news inhouse* di Sindonews TV berdasarkan indikator *performa* yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan *Content analyst officer*, indikator-indikator tersebut membantu tim memahami perilaku penonton.

“Dari data Nielsen lewat Arianna, kita bisa tahu mana segmen yang penontonnya betah dan mana yang cepat pindah channel. Misalnya, segmen awal performanya bagus tapi di tengah turun, berarti perlu diubah urutan berita atau dikemas lebih dinamis dan kita nggak cuma kasih angka, tapi juga insight. Misalnya segmen tertentu performanya stabil meski topiknya ringan, berarti formatnya cocok. Tapi kalau tayangan informatif malah drop, berarti ada yang harus dikaji dari cara penyampaian atau konten yang ditayangkan.”

Proses ini menunjukkan bagaimana analisis konten dapat menghubungkan data kuantitatif dengan pengambilan keputusan redaksional. Penelitian Dewi, (2024) mengembangkan sistem eksekutif berbasis *drill-down* yang memungkinkan analisis hierarkis *performa* tayangan TV secara mendalam, mendukung pengambilan keputusan redaksional berbasis data empiris. Sementara itu, Menurut Bachmann, (2022) menekankan bahwa kualitas media berita dapat dan perlu diukur secara kuantitatif menggunakan metrik objektif sebelum menilai efektivitas program dan dampak terhadap audiens. Berdasarkan hasil wawancara dengan *head of R&D* Sindonews TV, proses evaluasi *performa* program dimulai dengan analisis mendalam terhadap data *Minute by Minute* (MBM) untuk memastikan setiap keputusan redaksional didasarkan pada bukti empiris, bukan asumsi semata.

“Performa tayangan Sindonews TV memang fluktuatif, kadang naik, kadang turun. Tapi justru dari data MBM itu kita bisa tahu kapan program efektif, kapan perlu revisi. Content Analyst jadi dasar buat kasih insight berdasarkan data yang ada yang sangat berguna untuk keputusan untuk minggu berikutnya mau dikemas seperti apa.”

Hal ini sejalan dengan teori Agenda Setting, di mana media memiliki kemampuan membentuk agenda publik dengan menyoroti isu tertentu. Pada Sindonews TV, hasil analisis MBM digunakan untuk mengidentifikasi isu yang paling menarik minat penonton. Ketika data menunjukkan bahwa kategori politik atau ekonomi mengalami peningkatan *share*, redaksi akan menyesuaikan agenda liputan dengan fokus pada isu tersebut. Sebaliknya, jika *performa* kategori tertentu menurun, tim akan mengevaluasi format atau cara penyajiannya agar lebih relevan dengan kebutuhan audiens. Selain berperan dalam menentukan arah agenda media, analisis MBM juga menjadi cara untuk melihat *performa* kompetitif Sindonews TV. Data dibandingkan dengan hasil tayangan kompetitor untuk mengetahui posisi Sindonews TV di pasar berita televisi. Seperti dijelaskan oleh *Content analyst officer* Sindonews TV.

“Kadang performanya kita bagus di pagi hari, tapi sore drop. Kita bandingin sama CNN atau BTV yang stabil. Dari situ kelihatan pola penonton berpindah ke mana. Jadi data ini bukan cuma buat laporan internal, tapi juga strategi bersaing.”

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa jumlah penonton Sindonews TV tidak selalu stabil dengan melihat perbandingan dengan stasiun lain, sehingga analisis konten memungkinkan identifikasi pola persaingan dan penyesuaian strategi program agar tetap kompetitif di pasar berita televisi. Nurulhuda, (2025) menemukan bahwa CNN Indonesia menggunakan visualisasi data secara intens dalam struktur berita, yang dapat memengaruhi persepsi pemirsa terhadap kualitas dan profesionalisme tayangan. Jika struktur kurang baik, penonton cenderung pindah atau mati televisi.

Pada strategi ini menunjukkan bahwa jika grafik penonton menurun pada kategori tertentu, penyebabnya karena topik berita kurang menarik, penyampaiannya terlalu panjang, atau berita yang disajikan terlalu berat seperti kategori hukum, ekonomi, dan politik untuk di awal penayangan. Sebaliknya, ketika grafik menunjukkan peningkatan jumlah penonton, dapat menelusuri faktor yang membuat segmen tersebut menarik, seperti pemilihan topik yang sesuai, kehadiran narasumber yang ahli di bidang pada berita yang di sajikan, kategori berita yang beragam pada setiap segmen, dan menampilkan isu-isu aktual atau *current issue* yang relevan dengan perkembangan terbaru. Informasi semacam ini sangat membantu untuk mempertahankan minat audiens di tayangan berikutnya. Pada evaluasi ini pula, redaksi dapat memperbaiki urutan konten agar alur berita lebih menarik dan menampilkan kategori berita sesuai kebutuhan penonton.

2. Segmentasi audiens berbasis waktu tayang dan migrasi penonton

Segmentasi audiens dilakukan melalui analisis data tayangan untuk memastikan setiap program *hard news* disesuaikan dengan karakteristik dan pola penonton pemirsa di berbagai wilayah. Data penonton Sindonews TV selama bulan November 2025 menunjukkan bahwa jumlah pemirsa tertinggi berasal dari wilayah Jawa Barat, Jawa Timur, Sumatera Selatan, dan Kalimantan, dengan kelompok usia 30 tahun ke atas dan mayoritas berasal dari kelas menengah ke atas. Penonton ini cenderung selektif dalam memilih tayangan berita dan memiliki minat atau tertarik pada isu-isu sosial, ekonomi, dan kebijakan publik yang berdampak langsung pada kehidupan sehari-hari mereka.

Strategi segmentasi dilakukan dengan memanfaatkan sistem pembagian waktu tayang atau *daypart*, yang digunakan untuk membaca pola perilaku menonton audiens dalam satu hari penuh dan data ini juga bisa dilihat dalam kurung waktu satu minggu. *Daypart* dibagi menjadi beberapa bagian, mulai dari *Morning* (05.00–09.00), *Day* (09.00–12.00), *Noon* (12.00–16.00), *Evening* (16.00–18.00), *Early Prime* (18.00–19.00), *Central Prime* (19.00–21.00), *Late Prime* (21.00–22.00), *Night* (22.00–24.00), hingga *Midnight* (24.00–02.00). Pembagian waktu ini membantu tim memahami jam-jam paling efektif untuk menayangkan jenis berita tertentu, sekaligus memetakan kapan jumlah penonton mengalami peningkatan atau penurunan. Berdasarkan wawancara dengan *Content analyst officer* Sindonews TV, perbedaan waktu tayang sangat berpengaruh terhadap jenis konten yang diminati penonton.

“Kalau pagi itu penontonya kebanyakan ibu rumah tangga, jadi berita yang ditayangkan lebih ringan seperti sosial, bencana, atau kriminal kecil. Tapi kalau sore sampai malam, penontonya dominan laki-laki usia produktif, jadi berita-berita ekonomi, hukum, dan politik lebih disukai di jam-jam itu.”

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa strategi segmentasi waktu tayang bukan hanya teknis penyiaran, tetapi juga pendekatan psikologis terhadap perilaku penonton. Hal ini juga tidak sekadar memantau data penonton, tetapi juga menganalisis pola kebiasaan dan minat masyarakat pada tiap jam tayang. Misalnya, pada *Morning Daypart* (05.00–09.00), audiens cenderung menyukai berita cepat, aktual, namun tidak terlalu berat secara topik, sedangkan pada *Central Prime* (19.00–21.00), saat masyarakat beristirahat setelah bekerja, mereka lebih

tertarik pada berita yang bersifat mendalam, seperti kebijakan ekonomi, isu hukum, atau politik nasional. Penelitian oleh Munanjar *et al.* (2018) menyatakan bahwa segmentasi demografis audiens, seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan, merupakan fondasi penting dalam perencanaan program televisi agar konten dapat disesuaikan dengan karakteristik segmen audiens yang ditargetkan. Hal ini juga dijelaskan oleh *manager* redaksi Sindonews TV bahwa proses segmentasi bukan sekadar membaca data minute by minute, tetapi juga memahami konteks geografis dan sosial yang menentukan mengapa suatu segmen berhasil atau gagal.

“Kita bahas segmen mana yang performanya baik, segmen mana yang kurang baik, dan kenapa bisa begitu. Kita juga melihat faktor lain, seperti kekuatan transponder atau dekoder di daerah tertentu. Kadang posisi di Jabodetabek nggak kuat, tapi di Sumatera justru tinggi, jadi konten yang disukai masyarakat di sana bakal jadi fokus. Evaluasi ini jadi dasar revisi format, gaya penyajian, dan pemilihan berita.”

Analisis konten juga melakukan pemantauan terhadap pola migrasi penonton antar-saluran televisi, dimana pada data ini terdapat melihat penonton datang dan hilang dan sedang memainkan program apa, melalui pola ini mereka dapat melihat apakah penurunan jumlah penonton disebabkan oleh perpindahan ke saluran lain seperti KompasTv Pay, Entertainment, Trans Pay, atau karena faktor teknis seperti televisi yang dimatikan (TV Off). Sebaliknya, ketika terjadi peningkatan penonton, tim menganalisis apakah kenaikan tersebut berasal dari migrasi audiens dari saluran lain atau dari penonton baru yang menyalakan televisinya (TV On). Penelitian oleh Masful *et al.*, (2023) menegaskan bahwa evaluasi program berita berbasis data berperan penting dalam meningkatkan kualitas tayangan dan menyusun strategi yang lebih responsif terhadap perilaku audiens. Berdasarkan wawancara dengan *manager* redaksi Sindonews TV menjelaskan bagaimana hasil analisis ini digunakan oleh redaksi untuk menyesuaikan konten di minggu berikutnya secara lebih terarah dan efektif.

“Setiap minggu kita lihat performa di setiap daypart. Misalnya, kalau segmen ekonomi sore hari performanya naik di minggu ini, ya kita pertahankan konsepnya di minggu depan. Tapi kalau turun, kita ubah topik atau cara penyajian. Jadi hasil analisis itu langsung dipakai untuk revisi konten.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa segmentasi waktu tayang memiliki hubungan langsung dengan proses pengambilan keputusan redaksi. Data *performa* tayangan dianalisis untuk menjadi dasar penentuan format dan prioritas konten, sehingga penyajian berita dapat disesuaikan dengan preferensi dan perilaku audiens. Evaluasi mingguan ini membantu redaksi memahami dinamika penonton di berbagai wilayah dan jam tayang, sehingga setiap program *hard news* dapat tampil lebih adaptif dan kompetitif. Berdasarkan wawancara dengan *head of R&D* Sindonews TV menegaskan bahwa strategi segmentasi juga mempertimbangkan faktor geografis dan sosial ekonomi audiens di setiap wilayah secara lebih mendalam.

“Penonton di Jawa Barat dan Sumatera cenderung punya kebiasaan menonton setelah jam kerja, antara jam 18.00 sampai 21.00. Di jam itu kita masukkan berita-berita yang berat dan berdampak langsung, misalnya tentang isu terkini, kebijakan pemerintah, atau isu politik nasional. Kalau jam pagi, justru kita hindari berita yang terlalu kompleks karena penontonnya sedang sibuk.”

Hal ini memperlihatkan bahwa segmentasi audiens Sindonews TV bersifat multidimensi, dimana tidak hanya berbasis waktu, tetapi juga memperhatikan aspek wilayah dan demografi, dengan memahami karakter penonton di tiap daerah dan waktu tayang, Sindonews TV dapat mengatur struktur berita yang sesuai dengan kebutuhan audiens, menjaga *performa* tayangan, serta memperkuat posisi kompetitifnya di industri penyiaran berita nasional. Strategi ini sejalan dengan pandangan Morissan, (2018) dalam bukunya *Manajemen Media Penyiaran*, yang menyebutkan bahwa penjadwalan program televisi merupakan bagian

penting dari strategi manajemen media karena berfungsi menyesuaikan isi program dengan ritme kehidupan audiens. Morissan menjelaskan bahwa pemahaman terhadap kebiasaan menonton audiens menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas penonton dan meningkatkan efektivitas program. Temuan ini diperkuat oleh Widyatama & Polreczki, (2023) yang menemukan bahwa faktor waktu menonton, jenis program, serta konteks sosial berperan besar dalam menentukan keputusan audiens untuk tetap menonton atau berpindah saluran. Oleh karena itu, strategi segmentasi waktu tayang Sindonews TV dapat dikategorikan sebagai implementasi dari *programming strategy* berbasis perilaku audiens (*audience-driven scheduling*), di mana pengambilan keputusan redaksi tidak hanya mempertimbangkan agenda media, tetapi juga pola konsumsi masyarakat.

3. Menentukan konten potensial

Salah satu strategi dalam analisis konten adalah membandingkan *performa* tayangan dengan stasiun televisi kompetitor, seperti CNN Indonesia dan BTV, untuk mengetahui tren konten yang sedang diminati penonton. Analisis ini tidak hanya bertujuan untuk membandingkan *performa* tayangan, tetapi juga menjadi dasar dalam menentukan konten potensial yang dapat dikembangkan oleh redaksi.

Pada hasil analisis ini, dapat melihat kategori berita apa yang memperoleh perhatian besar di stasiun lain. Misalnya, ketika tayangan konten mengenai ekonomi dan politik di CNN Indonesia menunjukkan peningkatan *rating* yang signifikan, tim Sindonews TV menjadikannya sebagai acuan untuk menilai apakah topik serupa juga relevan bagi audiens mereka, dari sinilah kemudian ditentukan konten potensial, yaitu topik atau konten berita yang memiliki peluang besar untuk menarik perhatian penonton berdasarkan tren di kompetitor dan perubahan minat audiens.

Menurut Widodo & Aji, (2025), media di era *digital* perlu menyesuaikan strategi pengemasan berita dengan tren kompetitor, bukan untuk meniru, tetapi agar tetap relevan dan kompetitif dalam menarik perhatian publik yang kini semakin terbagi ke berbagai *platform*. Berdasarkan hasil wawancara dengan *content analyst officer* Sindonews TV, proses ini dilakukan secara rutin untuk membantu redaksi mengambil keputusan berbasis data.

“Kita lihat performa kompetitor juga, misalnya CNN atau BTV. Kalau topik ekonomi atau hukum mereka lagi tinggi, biasanya kita jadikan catatan, bisa jadi konten potensial buat minggu depan. Tapi tentu kita sesuaikan dengan gaya penyajian kita sendiri.”

Proses perbandingan ini tidak hanya menyoroti angka *rating* dan *share*, tetapi juga mencermati isi konten dan pola penyajian berita kompetitor, dengan begitu, Sindonews TV dapat mengidentifikasi peluang untuk memperkuat keunikan tayangannya sekaligus menyesuaikan dengan minat publik. Berdasarkan wawancara oleh *head of R&D* Sindonews TV menyatakan:

“Oh, penting banget sih. Karena itu jadi bahan evaluasi utama kita juga. Misalnya kenapa CNN bisa lebih tinggi sharenya dari kita, padahal kontennya mirip. Dari situ kita analisa, mungkin pendekatan mereka beda. Kalau kita lebih ke hard news, mungkin mereka lebih main di soft news yang ringan. Bisa jadi masalahnya bukan di konten, tapi di teknis atau tampilan visualnya. Jadi kita analisa kekuatan dan kelemahan itu buat ningkatin performa dan tahu posisi kita di pasar.”

Hal ini mencerminkan strategi *benchmarking*, yaitu membandingkan *performa internal* dengan pesaing untuk menemukan celah perbaikan. Menurut Yufriadi, (2019) stasiun berita seperti Kompas TV juga menerapkan pendekatan serupa untuk mempertahankan daya saing di tengah kompetisi yang ketat, dengan menilai segmentasi audiens, kekuatan konten, serta inovasi penyajian berita. Temuan tersebut menunjukkan bahwa analisis kompetitor menjadi

bagian dari proses adaptasi strategis dalam industri penyiaran berita. Berdasarkan wawancara dengan *manager* redaksi Sindonews TV menjelaskan bahwa tren konten di media lain menjadi indikator penting untuk mengetahui minat penonton, terutama ketika kompetitor berhasil menarik audiens melalui pilihan topik, gaya penyajian, atau pendekatan visual tertentu.

“Kita rutin memantau kompetitor, termasuk CNN dan BTV, untuk melihat tren audiens. Misalnya target mereka young and stylish, atau family. Kita lihat topik, gaya visual, dan engagement mereka di sosial media. Dari situ, kita menyesuaikan agenda berita agar tetap relevan dan kompetitif.”

Harahap, (2024) dalam penelitian berjudul *“Determinants of Rating/Share of Indonesian Television News in the Online Era”* menjelaskan bahwa perbandingan *performa* dengan stasiun lain diperlukan untuk memahami faktor penentu *rating* dan *share*, termasuk kualitas penyajian berita, kredibilitas narasumber, serta pemilihan waktu tayang. Hal ini sejalan dengan di Sindonews TV, di mana data hasil perbandingan digunakan untuk menentukan prioritas topik dan format yang paling efektif untuk mempertahankan perhatian audiens.

Hasil analisis kompetitor juga perlu dilihat secara proporsional karena posisi Sindonews TV tidak sepenuhnya sebanding dengan CNN Indonesia. CNN sudah memiliki nama besar, jaringan kontributor yang luas, serta tayang di *Free To Air* sehingga lebih mudah diakses penonton. Sementara itu, Sindonews TV masih berada di layanan *Pay TV* yang bergantung pada decoder tertentu sehingga jumlah penonton potensialnya lebih terbatas. Perbedaan sistem siaran dan kekuatan *brand* ini membuat *performa* kedua stasiun tidak bisa dibandingkan secara langsung. Oleh karena itu, tren konten di CNN tetap bisa dijadikan pertimbangan, tetapi harus disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan penonton Sindonews TV agar benar-benar cocok untuk dijadikan konten potensial.

Pada teori Agenda Setting, analisis terhadap kompetitor memiliki peran penting dalam menentukan isu yang akan diangkat dan diprioritaskan oleh Sindonews TV atau konten yang berpotensi. Setiap media saling memengaruhi dalam membentuk perhatian publik terhadap suatu topik, dengan memahami isu yang sedang banyak dibahas oleh stasiun televisi lain, Sindonews TV dapat menyesuaikan strategi pemberitaannya agar tetap relevan dengan kebutuhan penonton tanpa mengubah ciri khas tayangan beritanya.

Hal ini juga yang dilakukan Sindonews TV. Misalnya, ketika CNN Indonesia menonjolkan liputan mengenai perekonomian, tim redaksi Sindonews TV menyesuaikannya dengan menyoroti dampak ekonomi terhadap masyarakat agar tetap memiliki *news value* yang berbeda. Oleh karena itu, perbandingan dengan kompetitor tidak hanya menjadi alat ukur *performa*, tetapi juga sarana penyusunan agenda berita yang lebih strategis dan berbasis data. Strategi perbandingan dengan kompetitor tidak hanya digunakan untuk menilai posisi Sindonews TV di pasar media televisi, tetapi juga sebagai dasar dalam menentukan konten potensial yang mampu menarik audiens baru.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengumpulan dan analisis data *performa* menggunakan indikator seperti MBM, ATV, TVR, *share*, *reach*, dan *involvement* terbukti efektif dalam mengevaluasi tayangan *hard news* Sindonews TV. Analisis ini menunjukkan bahwa perilaku audiens dapat dilihat dengan jelas, terutama dalam mengidentifikasi kategori berita yang mendatangkan perhatian tinggi dan kategori yang menyebabkan penurunan pemirsa dan dapat dilihat juga secara durasinya. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa konten dengan isu nasional seperti politik, hukum, dan ekonomi masyarakat memiliki daya tarik lebih kuat terutama pada *jam prime*. Pemantauan data tersebut juga terlihat konten apa yang ditayangkan

pada saat kenaikan atau penurunan terjadi, sehingga faktor penyebabnya dapat diidentifikasi secara lebih terukur.

Hasil evaluasi segmentasi audiens berbasis wilayah dan migrasi penonton menunjukkan bahwa perilaku menonton berbeda antara satu daerah dengan daerah lain, sehingga strategi segmentasi membantu redaksi menyesuaikan konten dengan karakteristik demografis dan geografis penonton. Strategi ini memungkinkan redaksi menempatkan konten sesuai preferensi penonton di masing-masing wilayah, misalnya isu sosial dan lokal yang lebih relevan di satu provinsi, sementara isu nasional yang berdampak luas lebih diminati di wilayah lain. Analisis pola migrasi penonton juga membantu mengidentifikasi penyebab kenaikan atau penurunan jumlah pemirsa, baik karena berpindah ke saluran lain maupun karena kebiasaan menyalakan atau mematikan televisi.

Analisis perbandingan dengan kompetitor, seperti CNN Indonesia dan BTW, memungkinkan redaksi Sindonews TV mengidentifikasi tren topik yang diminati audiens dan menentukan konten potensial yang mampu menarik perhatian penonton. Data *benchmarking* ini menjadi dasar untuk menyesuaikan gaya penyajian dan urutan berita, memperkuat keunikan tayangan, serta meningkatkan relevansi dan daya saing program *hard news*. Strategi ini menunjukkan bahwa pengolahan data *performa*, segmentasi audiens, dan analisis kompetitor menjadi bagian utama dalam meningkatkan kualitas program *inhouse* Sindonews TV.

Berdasarkan simpulan tersebut, disarankan agar Sindonews TV terus mengoptimalkan pemanfaatan data *performa* secara terintegrasi dan berkelanjutan dalam proses evaluasi program, serta memperkuat koordinasi antara tim data analyst, content analyst, dan tim editorial agar hasil analisis dapat diimplementasikan secara langsung dalam pengambilan keputusan konten. Selain itu, pengembangan segmentasi audiens yang lebih rinci berdasarkan wilayah dan perilaku menonton perlu dilakukan secara konsisten untuk menghasilkan tayangan yang lebih relevan, disertai dengan pemantauan kompetitor secara berkala guna menyesuaikan strategi penyajian tanpa menghilangkan karakteristik khas program. Saran penelitian selanjutnya, agar memperluas kajian dengan mengintegrasikan analisis media digital, seperti platform streaming dan media sosial, guna melihat keterkaitan antara performa televisi dan konsumsi konten digital, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* agar pengaruh strategi analisis konten terhadap peningkatan rating dan keterlibatan audiens dapat diukur secara lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Arumsari, Mila, & Yoedtadi, Moehammad Gafar. (2023). *Rating dan Share pada Program Super Deal Indonesia 2022 di GTV*. 458–464.
- Bachmann, I. (2022). Measuring News Quality: A Quantitative Approach. *Journalism Studies*, 23(4), 512–528. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2034567>
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dadam Nuralam, & Shabana. (2023). *Strategi Media Televisi Lokal Bandung Tv Dalam Menghadapi Era Disrupsi Digital*. 8, 57–77.
- Dewi, R. (2024). Sistem Informasi Eksekutif Berbasis Drill-Down untuk Analisis Performa Program Televisi. *Jurnal Sistem Informasi*, 20(1), 15–28.
- Harahap, Arifin Saleh, Mulyadi, Harahap, Machyudin Agung, & Bahriyah, Euis Nurul. (2024). *Determinants Of Rating/Share Of Indonesian Television News In The Online Era (The Case Of Mnc tv Indonesia)*. 3(6), 3064–3070.
- Ingratubun, J. (2023). Analisis Minute by Minute (MBM) dalam Evaluasi Program Televisi. *Jurnal Penyiaran Indonesia*, 9(1), 33–47.

- Masful, M., Hutapea, R., & Arydianto, A. (2023). Evaluasi dan Rekomendasi Siaran Berita di Metro TV. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 120–135.
- McCombs, Maxwell, & Shaw, Donald. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, & Saldaña, Johnny. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications.
- Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Nuralam, Dadam, Shabana, Amin, & Muksin, Nani Nurani. (2024). *ANALISIS PRODUKSI PROGRAM INDONESIA " DI METRO TV BERITA " SELAMAT*. 1–9.
- Nurulhuda, N. (2025). Visualisasi Data dalam Struktur Berita Televisi dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Audiens. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 21–35.
- Prananda, Gingga. (2024). *Psikologi perkembangan siswa sekolah dasar*.
- Purniati, Dwi. (2022). *Pemanfaatan Media Televisi dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Desa Sungai Ruan Ilir Kabupaten Batang Hari*. 1, 19–36.
- Rangga Saptya Mohamad Permana, Safira Pratiwi Maulany. (2025). *Strategi pra-produksi program televisi berbasis edukasi di era konvergensi media: studi kasus program tau gak sih? di trans7 1*. 7(2), 109–114.
- Septianingsih, Nithania, & Putranto, Suryo Dwi. (2025). *Strategi Optimalisasi Media Digital dalam Menghadapi Persaingan Platform Berita Online : Studi Kasus Medcom . id*. 3(1), 44–61.
- Sudinta, I. K., Irwansyah, I., & Yasa, I. N. (2022). Analisis Efektivitas Program Televisi Berbasis Data Performa. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 6(2), 98–110.
- Widodo, Suko, & Aji, Gagas. (2025). Strategi Adaptasi Media terhadap Tren Konten Kompetitor di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 12(1), 1–14.
- Widyatama, R., & Polreczki, Z. (2023). Faktor Penentu Perilaku Menonton Audiens Televisi di Era Digital. *Jurnal Media Dan Budaya*, 5(2), 101–115.
- Witjaksana, B. (2016). Evaluasi Program Berita Televisi dalam Perspektif Industri Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 55–68.
- Yufriadi, Y. (2019). Strategi Kompetitif Media Televisi dalam Industri Penyiaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 65–78.