

## **A. Lembar Interview Guide**

Pertanyaan ditujukan kepada Wakil Direktur Utama Jawa Pos Multimedia

### **A. Tahap Perencanaan Media JPM Stream**

1. Apa tujuan yang melatarbelakangi munculnya aplikasi JPM Stream ?
2. Apa visi dan misi dari terbentuknya JPM Stream ?
3. Strategi apa yang dilakukan oleh JPM Stream dalam menghadapi persaingan di era disrupsi digital ?
4. Apakah strategi yang dipilih JPM untuk JPM STREAM ini berbeda dengan strategi yang diterapkan di media lain di Jawa Pos Grup terutama dalam menghadapi disrupsi digital ?
5. Apa target JPM STREAM dalam waktu dekat ?

### **B. Tahap Pengorganisasian Media JPM Stream**

- 1) Apakah JPM Stream memiliki standar kompetensi bagi karyawannya agar lebih unggul di era disrupsi digital ?
- 2) Ada departemen apa saja yang bertanggung jawab mengelola aplikasi *streaming* JPM Stream ?
- 3) Apakah ada pengenalan atau *training* yang diterapkan JPM untuk karyawan baru di JPM Stream ?
- 4) Bagaimana kebijakan atau proses penempatan karyawan dalam suatu divisi ?

- 5) Fasilitas apa saja yang dikeluarkan oleh JPM dalam menunjang kinerja karyawan JPM Stream ?

#### C. Tahap Pelaksanaan Media Aplikasi JPM Stream

- 1) Bagaimana cara manajer dalam mengkomunikasikan tujuan perusahaan ?
- 2) Bagaimana komunikasi JPM pusat dengan para pemangku kepentingan di kanal jaringan lokal JPM Stream yang tersebar di Indonesia ?
- 3) Bagaimana taktik yang dijalankan dalam menjalankan strategi perusahaan agar tetap bertahan dalam persaingan era disrupsi digital?

#### D. Tahap Pengendalian Media Aplikasi JPM Stream

- 1) Bagaimana kontrol yang dilakukan oleh JPM pada karyawan dan program yang telah
- 2) Apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan aplikasi JPM Stream ?
- 3) Bagaimana pendapat anda terhadap perkembangan JPM Stream dalam era disrupsi digital ini ?
- 4) Apakah seluruh kegiatan dan karyawan sudah memenuhi visi dan misi dari JPM ?

Pertanyaan ditujukan kepada *Department Programming and Network*

A. Tahap Perencanaan *Programming and Streaming Department*

- 1) Bagaimana proses perencanaan dan seleksi program yang dapat ditayangkan di JPM Stream ?
- 2) Bagaimana strategi penjadwalan tayangan program JPM Stream ?
- 3) Bagaimana pengaturan pengintegrasian program dari 22 tayangan televisi jaringan Jawa Pos ?
- 4) Apa yang membedakan program JPM Stream dengan produk media serupa ?

B. Tahap Pengorganisasian *Programming and Streaming Department*

- 1) Teknologi pendukung apa saja yang digunakan untuk mendukung terlaksananya program JPM STREAM ?
- 2) Dari segi finansial, darimana sumber dana yang digunakan untuk menjalankan program JPM STREAM ?

C. Tahap Pelaksanaan *Programming and Streaming Department*

- 1) Bagaimana pola integrasi kanal yang dilakukan JPM Stream dalam mengelola program ?
- 2) Bagaimana sistem distribusi program melalui model *streaming* di JPM Stream ?

- 3) Apakah seluruh program-program JPM Stream ini diproduksi mandiri oleh staf pusat ?

D. Tahap Pengendalian *Programming and Streaming Department*

- 1) Bagaimana pola *controlling* program yang dilakukan oleh departemen program JPM Stream ?
- 2) Apa yang menjadi ukuran keberhasilan program yang ditayangkan oleh JPM Stream ?
- 3) Apakah selama ini jadwal yang direncanakan oleh tim program dan *streaming* ini berjalan sesuai rencana ?

## B. Lembar Transkrip Wawancara

Nama : Emar Pasha Amengku  
Jabatan : *Vice President Business Development & Networking*  
Lokasi : Graha Pena Jawa Pos, Jakarta Selatan, DKI Jakarta  
Waktu : 17 Juni 2019

Q : Apa tujuan dan alasan yang melatarbelakangi terbentuknya JPM Stream ?

A : Ya, jadi begini. JPM Stream itu punya tujuan jangka pendeknya itu adalah untuk tujuan internal. Untuk memenuhi tujuan internal dalam memonitor tayangan-tayangan televisi anggota jaringan Jawa Pos. Tujuan jangka pendeknya awalnya itu, itu aja.

Q : Baik, jadi tujuan awalnya itu untuk monitoring tayangan tv jaringan Jawa Pos ya ?

A : Iya, untuk monitor tayangan-tayangan televisi kita. Konsep monitoring kan ada dua, ada kualitas teknis sama untuk kebutuhan marketing. Kan kita misal pasang iklan, anggap aja di JTV gitu. Nah kita kan bisa membuktikannya apakah ditayangkan atau engga gitu. Jadi kembali lagi, tujuan awalnya jangka pendek JPM Stream itu adalah sebagai perangkat monitoring. Nah kemudian, tujuan jangka panjangnya sebetulnya JPM Stream itu menjadi aplikasi multichannel, TV Streaming multichannel. Sebenarnya untuk mempersiapkan masuk ke dalam era digital.

Q : Jadi untuk jangka panjang akan dibentuk aplikasi yang memang akan mengikuti era digital. Sekiranya ada strategi bisnis apa yang dilakukin JPM Stream untuk menghadapi persaingan di dunia digital ?

A : Nah, sebetulnya gini, JPM kan aplikasi sebagai produk yang itu tadinya di desain bukan untuk dijadikan bisnis di tahapan awalnya ya. Karena dia itu tadi, sebagai perangkat ketika kita akan bermigrasi ke digital. Nah, tapi si aplikasi JPM Stream sendiri dilengkapi dengan fitur-fitur fasilitas *build in* dalam aplikasi, yang bisa dipakai buat berbisnis juga. Intinya kearah situ, jadi ya memang dia bukan, kalau disebut sebagai *start up*, bukan *start up* murni, tadinya awalnya cuma alat bantu monitoring, gitu intinya. Cuma memang di desain suatu saat bisa masuk terjun ke bisnis dunia digital. Artinya apa yang saya sebutkan dia menjadi zat untuk masuk ke dunia digital, sepanjang yang kami liat itu kan aplikasi sejenis, artinya aplikasi tv streaming. Pertama, aspek konten yang bisa dikomersialkan iya, konten TV nya sendiri, iklan yang ada di TV itu akan mempunyai

*reach* yang lebih luaskan, selain aspek konten di TV juga ada di aplikasi. Jadi sebut saja misalnya produk A, beriklan di TV konten nasional, ketika di aplikasi streaming kan jadi lebih luas dan ada potensi dilihat oleh *installer* aplikasi tersebut. Kedua, dari aspek *display*, ketika dia masuk kedalam aplikasi itu kan ada *display*, yang bisa dijual terpisah misal *header* atau *footer* aplikasi, sebagai produk bisnis komersial juga gitu. misal *display*nya beriklan. Begitu itu. Di JPM Stream itu, yang bukan buat start up bisnis awalnya sudah dilengkapi dengan fasilitas itu.

Lalu strateginya kita memang, karena kalau melihat dari peluangnya kan pada prinsipnya, kita harus mengenali produk kita seperti apa gitu. Bisa menggali peluangnya, tapi kita juga harus melihat posisi produk kita ada dimana dibanding produk-produk sejenis. Produk-produk sejenis artinya, dari aspek yang ada itu kan tayangan *livestreaming* dari TV *streaming* ya. Sekarang sudah banyak bermunculan. Tapi yang *multichannel* itu masih sedikit. Mungkin yg sudah masuk ke pasar itu misal HOOQ, ada beberapa lahya. Itu yang kalau kita liat peluang, dia akan siap pada waktunya nanti dengan peluang yang tetap ada, khususnya kenapa karena yang ada kan *channel-channel* lokal. Jadi itu unsur unik atau eksklusivitas ada disitu, gitu. Kalau banyak aplikasi *streaming* tv yang lain, sebagian besar hanya memperbanyak *device* yang bisa menonton *channel* tersebut. Misal, sebut saja contoh di Indonesia kita bisa liat di *terrestrial*, bisa di satelit, kita bisa liat melalui tv berlangganan atau apa. Nah sekarang, juga karena unsur mobilitas orang makin tinggi, bisa juga liat di *mobile* dengan aplikasi. Misal juga, orang Padang tidak terlalu bergantung pada aplikasi itu untuk melihat tv dari Manado, Kawanua TV. Karena bisa melihat dari *device* yang lain gitu. Tapi kalau tayangan di JPM Stream, itu bisa dilihat di Padang cuma dengan aplikasi itu. Itu unsur perbedaannya, salah satunya. Kita liat di eksklusifitasnya itu. Jadi tayangan ini bisa dilihat di aplikasi ini dan ditempat saya gitu kan. Misalnya saja MNC Connect atau dotcom, kalau ngga salah, orang bisa liat MNC bisa, tapi dia bisa liat di tv nya dia, melalui satelit tapi bisa juga macem-macam cara. Tapi kalau mau liat kawanua TV kan ngga bisa. Selain dia harus ada di Manado dan sekitarnya, dia juga harus liat aplikasi itu untuk liatnya. Jadi peluangnya itu masih sangat besar, dan punya eksklusifitas dengan *channel-channel* nya. Intinya seperti itu. Dan kalau dilihat peluangnya, itu memang terlihat seperti 70-80% menguasai pertelevisian Indonesia misalnya, tapi pemainnya banyak disitu. Jadi JPM Stream main di kolam yang kecil sekitar 10% dari totalitas, tapi pemainnya cuma satu atau dua. Ibaratnya kaya begitu, peluangnya masih terlihat besar, ketika JPM Stream masuk ke dunia digital.

Q : Melihat eksklusifitas dan peluang yang ada, selanjutnya ada target pengembangan selain jadi alat monitoring saja ngga ?

A : Ada, ada. Artinya targetnya sih secepat mungkin ya, tapi kembali lagi itu harus disesuaikan dengan sistem dalam perusahaan sendiri. Dan sistem itu sendiri yang perlu konsekuensi terhadap penyediaan tenaga kerja, penyediaan subsistem marketing gitu lo. Itu yang berbeda dengan start up tv streaming yang dari awal emang untuk bisnis, bukan dari sebuah alat monitor awalnya, gitu. Jadi dengan salah satunya seperti itu, ketika dia sebagai alat bantu monitoring kan ngga ada target *income*, karena tidak disiapkan sebuah mekanisme bisnis. Bahkan marketing khusus untuk JPM Stream ngga ada. Tapi ketika nanti kita *switch* jadi produk bisnis bakal ada semua itu, ya harus ada organisasi baru. Nah itu kita sedang mengarah kearah situ, tapi kan sekarang sedang *meanwhile* udah ada orang-orang yang tau tentang teknologinya, tau *streaming* maksud saya. Tahu produknya JPM Stream sendiri, tahu *behaviour* anak-anak perusahaan sendiri. Itu yang esensi untuk diketahui begitu, jadi dulu ngga ada marketing buat JPM, karena dia cuma alat bantu monitoring. Jadi intinya seperti itu.

Q : untuk di pengorganisasian yang masih dirumusin itu, ada divisi apa saja pak yang bertanggungjawab untuk mengurus *streaming* ?

A : sebetulnya sih untuk nantinya, *common* lahya. *Common* manajemen, jadi pasti ada orang yang mengatur tentang konten, artinya ada departemen konten mengenai konten audio visual itu. Ada departemen yang mengenai tentang *sales marketing* bisnisnya. Kalo menurut saya sih begitu normal, tapi normal dalam konteks digital ya, artinya kita masuk ke era digital. Jadi produk dan produksi itu bisa berbanding besar produksinya kaya gitu itu, karena kalo digital kan ada unsur *installer*, ada bahasa-bahasa online yang beda dengan non-digital.

Q : kan sebagai alat monitoring, bagaimana pola komunikasi bapak selaku pusat JPM ada disini dengan para direktur tv jaringan-jaringan Jawa Pos yang lain ?

A : oh itu rutin, kan ketika kita buat media televisi kan akan mengatur banyak SDM. Dan pola komunikasinya kan bisa terbentuk dalam pola komunikasi atas konten, trus komunikasi atas program, artinya jam segini ada program apa dan program apa terus komunikasi atas produksi, dan terakhir komunikasi atas marketing. Nah trus akhirnya kita jalin sama temen-temen tv jaringan lainnya kita gitu. Itu yang jadi dasar kita *multichannel* yang beda sama streaming yang lainnya. Misal BBC TV, kan mereka akan tayang *re-broadcast* aja gitu kan. Sehingga ada banyak channel tv, nah mereka tapi si aggregator kan, itu tidak punya hak, tidak punya urusan, dengan ngatur program atau kontennya gitu. Kalau yang lain kan perangkat untuk *re-broadcast* aja begitu, yang mereka kan bisa live atau non-live gitu.

Q : jadi dari JPM bisa atur konten dan programnya ya pak berarti ?

A : iya, bisa-bisa karena belum tentu kan channel apa-apa itu, artinya dalam konteks itu koordinasi program, ada koordinasi teknik, koordinasi marketing jualan bareng, walaupun dia sebagai diawal adalah alat monitoring tapi kan ada potensi bisnis disitu. Tapi ketika produk ini akan dialihkan atau ditutup dan masuk ke ranah dunia digital itu akan bicara tentang sebuah sistem lagi, sebetulnya sih ngga sulit karena tinggal dimatiin, dinyalain udah baru lagi kan gitu. akan ada kebutuhan-kebutuhan itulah. Seperti struktur organisasi, yang biasa aja maksudnya untuk sebuah *start up*.

Q : jadi disekarang ini belum berencana untuk mencari profit dari *installer* gitu ya pak ?

A : iya belum, misalkan ini. Ini ada contoh untuk bagaimana dapat US\$ 100k *revenue*, ini dari Oona sama dia begitu. Oona ini punya Telkom kan, bagaimana mendapat US\$100k dalam setahun lah, berapa *viewers* yang diliat, ini kan jadi penting. Tentang *term & conditionsnya* yang harus dicapai aplikasi kita bisa dapet US\$100k. Ada penghitungan pembagian profit 50% untuk Oona sama 50% buat *channel* nya, ketika JPM Stream kan belum kesitu, belum kearah situ. Model referensinya kan udah ada.

Q : bagaimana cara mengontrol tv-tv jaringan lainnya ?

A : sebetulnya mengontrol itu kan ada mengontrol teknis, tayangan, sama marketing. Kenapa kita harus mengontrol? Karena kita harus memastikan tayangannya itu sesuai dengan yang dilaporkan atau sesuai dengan marketing atau ngga. Kan kaya gitu. Nah pengontrolnya kan pertama, kita harus liat secara live, sesuai ngga sama pola progamnya dari tv lokal, kaya begitu. Kan misalnya di polasiar Padang TV misal ini, nah dicek itu bener ngga? Kan gitu. Salah satunya. Terus apalagi ada hubungannya sama marketing, ini udah saya jual ke klien untuk tayang disini, disini. Kan bisa dicek, apa ditayangkan diwaktu yang digunakan itu atau ngga. Sebenarnya aspek mengontrol itu akan menjadi banyak. Kan kalo produksi juga ya, program liat, marketing liat masing masing punya *angle* sendiri. Marketing buat output bukti tayang, kalau bener jualannya diterapkan, kalau produksi melihat kenapa ini tayangan ini ngga sebaik tayangan yang lain, baik itu *live* atau NKP. Karena dari sini kan *source* nya satu, kenapa tayangannya hasilnya jomplang. Kalo program kok berubah ngga sesuai sama polasiar. Itu jadi penting buat jawapos tv jaringan karena fenomena itu ngga ada di kelompok tv lain di Indonesia. Kalo di RCTI kan kalo tayang itu ya semua tayang, karena yang lain *relay* ngga ada RCTI Medan, Padang ngga ada. Cuma satu secara siaran marketing.



Q : jadi belum ada bentuk profit dari pencapaian *installer* JPM Stream gitu ya pak ?

A : secara eksplisit belum, tapi kan sebuah aplikasi apapun ditugaskannya, tapi *installer* tetep perlu. Kalo *browser* sebetulnya dari browsernya kalo dari *installer* itu kan dapet datanya dari google. Nah kenapa kita butuh *installer* kan ketika kita berpindah ke bisnis, kita jadi ada modal data itu. Intinya begitu.

Q : kalo untuk aplikasi patokan keberhasilnya diliat dari aspek apa pak ?

A : ya aplikasi jelas yg pertama yang *number* itu jumlah *installer*, berapa lama dia *spending* untuk aplikasi itu dalam seminggu atau sebulan, pertama dia *install* kan berpotensi mengakses aplikasi itu, setelah *install* berapa lama dia nonton dan berapa sering dalam seminggu ada berapa jam. Ketiga lebih *advance* lagi itu, seberapa orang yang *engage*, JPM stream kan nanti akan menyediakan konten komen itu maksudnya *engage*. Itu semua ada di *google analytic*, bisa kita lihat semua itu. Jumlah yang menguninstal itu juga ada laporannya. Dengan alasan yang suatu hal. Kembali lagi itu kepentingan aplikasi itu, karena dia punya alat ukur, tujuannya buat apa kan buat jadi duit kan. Jadi matauang.

Q : ketika nanti beralih jadi bisnis digital, sekiranya aplikasi JPM Stream ini, udah berapa persen ?

A : udah kelar, itu bisa langsung, kalo dibilang produknya aplikasi ya udah 90% karena itu udah *database*, secara produk. Kalo marketing itukan perlu promosi. Soal kontennya, kalo media kan harus liat media ya konten atau diluar keduanya. Yang berkembang saat ini kan ngomongin *diversity of media*, tapi secara konten untuk secara produksi ya hampir sama dengan *terrestrial*, kalo untuk di Indonesia belum ada yang terlalu menonjol untuk kemampuan produksinya dibanding luar. Mungkin akan rumit diawal-awal tapi bisa dikembangkan. Karena televisi tetap beda dengan media online lainnya, karena kalo di televisi kan dia disiarkan live walau dia rekaman, tapi tetap ada playlist. Beda sama youtube yang dia on demand, semua orang bisa akses upload kan engga ada rules terikat kaya televisi. Jadi semacam *start up* yang tertunda aja, karena data nya sudah ada, marketing nya juga bisa akses *google analytic* nya.

Nama : Timmy Indra Wijaya  
Jabatan : *Manager Programming & Network*  
Lokasi : Graha Pena Jawa Pos, Jakarta Selatan, DKI Jakarta  
Waktu : 11 Juli 2019

Q : Visi misi jpmstream ?

A : Jpm stream kan dibuat untuk mempermudah orang melihat tv kita yang tersebar hampir di seluruh indonesia. Maksudnya tv grup jpm yang tersebar di seluruh indonesia. Tujuannya itu, dalam satu aplikasi memudahkan orang untuk nonton dimana aja. Juga menunjukkan bahwa sebenarnya jawapos grup itu jaringannya banyak dan besar.

Q : Untuk di perencanaan, itu ada penerapan strategi program apa yang dilakukan jpmstream ?

A : Strategi setiap perusahaan pasti ada, jadi semestinya dilakukan secara semesteran, tapi kemudian dipecah menjadi kuartal, triwulan. nah yang paling utama adalah tv kita itu bisa dilihat di aplikasi. Artinya aplikasi ini berbasis pada internet, bagaimana caranya supaya ini, lancar untuk bisa dilihat dimanapun. Untuk strategi program di jpm stream, karena ini platform digital jadi agak berbeda dengan tv terrestrial. Kalo di tv terrestrial itu punya jam, punya jadwal yang tetap dan cenderung programnya panjang-panjang. Nah kalau ini digital, kita mengubah menjadi pendek lagi. Durasi bisa 7 menit, 12 menit, untuk strategi programnya. Dan lebih cenderung secara tampilan programnya sendiri ke kinian. Lebih menyesuaikan millennial junior, karena sasarannya pun berbeda dengan tv terrestrial, karena kita ini lebih ke anak muda.

Q : Lalu targetnya apa?

A : Target paling awal adalah pastinya memasukkan semua tv didalam platform kanal di jpmstream, kalau itu sudah terpenuhi artinya kemudian bergerak secara tampilan. Disitu ada banner, footer, dan header yang bisa dijadikan tempat mereka untuk jualan atau promo program baru masing-masing. Itu yang pertama kali untuk selalu diingatkan untuk memanfaatkan aplikasi ini. Jadi aplikasi ini tidak khusus hanya untuk jpmstream, tapi lebih juga dimanfaatkan secara individu di tv jaringan jawapos grup. Misalnya, kalau tv magelang mau live dia bisa live disitu, di channelnya magelang tv. Kalau dia punya klien mau pasang di banner, ya silahkan dimanfaatkan sebaik-baiknya. Berikutnya masuk ke tahap peningkatan jumlah installer, harus terjaga untuk grafiknya supaya naik terus tidak ada penurunan. Target itu dari awal kita mulai dari 5000, 10.000, 15.000, 25.000, 50.000 sampai 100.000. Setelah 100 rb apa yang dilakukan, lebih mencari ke penonton langsung, misal komunitas, misalnya seperti itu. Misal ke pertunjukan ke acara yang semua orang bisa berpartisipasi, yang bisa ditonton secara langsung disitu. Sudah tidak lagi ke

individu itu , karena cukup berat. Nah berikutnya adalah mempertahankan dan memperbaiki konten, praktis kenapa orang itu menginstall itu karena konten yang baik, bagus.

Q : Melakukan riset dan pengembangan program jpm itu gimana?

A : Pengembangan riset, masih terus dilakukan oleh tentunya dikalangan sendiri. Artinya kita survei dikalangan jpm sendiri, itu dilakukan survei tentang bagaimana sih apa tombol sudah sesuai, apa udah user friendly atau belum. Terus dari installer yang kita temui secara langsung, dari jawabannya pasti sangat berguna untuk bagian dari survei tadi. Atau ada komponen yang harus ditambahkan, dipertahankan, atau dikurangi. Contohnya adalah vod (video on demand), dulu kita, belum sampai tahap ke vod, setelah ketemu beberapa installer, ya memang beberapa harusnya beda dengan tv terrestrial, salah satunya adalah adanya vod itu, jadi next kita akan memasukkan video yang bagus untuk orang liat secara berkala. Berikutnya akan ada penambahan channel untuk anak-anak dan drama. Kita juga menyasar bahwa itu berdasar pada program yang bagus, jadi need orang untuk install itu apa salah tiganya adalah vod, channel anak, dan channel drama.

Q : Maksud penyediaan program akuisisi, kreatif,dan inventory itu gimana ?

A : Kalo itu lebih kearah program ya bukan streaming. Dikatakan salah satunya dibentuknya jpmstream ini adalah untuk mengawasi, apakah tv ini berjaringan , disiarkan secara serentak, apa mengawasi tv yang keluar itu apa benar keluar atau tidak, nah itu fungsi streaming, dan juga bisa dijadikan alat bukti siar. Nah kemudian dari mengawasi itu,akhirnya turunlah pemenuhan kebutuhan program. Bahwa kita bisa melakukan barter program ke tv satu dengan yang lain, antara jtv dengan tv batam, itu bisa dilakukan, misalnya. Di jam 10 di batam butuh program religi, dan kebetulan di jtv punya, jadi kita dari jpm program yang bertugas untuk mencari program dan menempatkan di jam tersebut. Kemudian akuisisi itu salah satunya adalah pembelian vice, pembelian piala indonesia, itu yang sudah dilakukan di program. Konsep kreatif itu lebih ke bahwa tv di jawapos tv itu secara kualitas belum cukup bagus, dengan memberi program yang dirasa cukup bagus dengan begitu, mereka bisa lebih kreatif dan maju sama dengan tv yang kita kirim contoh programnya. Untuk program sendiri secara kreatif, artinya lebih mengawasi untuk program yang sudah tidak layak jual, jadi mengawasi program atau evaluasi program itu tetap dilakukan, artinya lebih kearah program itu bisa dijual, menunjukkan rating pada nilai tertentu. Nilai yang sudah di tentukan. Inventory itu balik lagi ke jpmstream, dengan jpmstream itu kita bisa mendata program di jtv punya program apa aja untuk disalurkan ke program lain. Begitu juga tv lain punya program apa yang bisa disalurkan ke tv lainnya lagi. Dari data itu kita bisa bertukar program, semacam inventory lebih ke semacam pendataan program, durasi berapa, berapa episode, jenis programnya apa. Itu

yang kita lakukan, tapi bukan seperti library yang kita menyimpan semua data program, nah nextnya itu vod dijadikan untuk librarynya jpm.

Q : Kalau di jpm ini bagaimana dalam merancang format promosi dan branding program agar tetap bersaing di era sekarang ?

A : Kita punya banyak tv yang ada salah satu jadwalnya adalah berjarangan secara nasional, nah salah satu caranya adalah mempromosikan program terbaik dari stasiun tv. Misal dari jtv, ada stasiun dangdut, lalu ada program terbaiknya jawapostv apa, misal carita, nah darisitu kita balut atau jahit dengan selain mempromosikan tv tersebut, bisa disaksikan di jawa timur, channel sekian, juga ditambahkan bisa disaksikan di aplikasi jpmstream, itu jadi salah satu cara promosi. Lalu lewat medsos, jaman sekarang kan perkembangan medsos cukup kenceng, salah satunya adalah youtube dan instagram. Hampir semua media sosial kita manfaatkan, selain tv kita yang berjarangan secara nasional. Nah, sekali lagi bahwa promosi itu tidak bisa disambut dengan baik, tanpa program yang bagus. Salah satunya ya beli program yang bagus, salah satunya adalah membeli piala indonesia. Dengan piala indonesia, bisa disaksikan dimana aja melalui streaming. Dan karena hal tersebut, bisa dirasakan bahwa dampak peningkatan installernya cukup besar, itu salah duanya. Event besar itu pasti bisa diprediksi untuk peningkatan installer. Memang begitu perputarannya seperti itu.

Q : Gimana tim jpmstream melakukan evaluasi periodik ?

A : Kita punya meeting mingguan yang dilakukan hari senin dan kamis. Selain evaluasi program, juga evaluasi streamingnya. Kalau program sepertinya evaluasi tv pada umumnya. Dilihat dari kualitas, saleable atau ngga, secara tampilan bisa diubah dengan sesuai waktu event, misal semifinal atau final.

Q : Sebagai manajer, gimana bapak dalam melakukan koordinasi tugas dengan sub divisi di jpm stream ?

A : Itu tadi kita lakukan meeting secara berkala, meeting itu dihari senin kita evaluasi secara keseluruhan, mulai dari melakukan evaluasi tentang aplikasi, program, apa yang dikerjakan, artinya, target sudah diketahui masing-masing. Tinggal kita menunggu laporan aja, kira-kira kenapa kendala apa, itu yang dibicarakan dan di cari solusi. Kalaupun tidak bisa di kerjakan ya, artinya kita bisa cari jalan lain, bisa cara a atau b, seperti itu. Di meeting kamis, kita lebih kearah pekerjaannya apa yang jadi beban apa, kemudian lebih ke penjadwalan ajasih, penjadwalan kegiatan mingguan. Selalu ada meeting pra produksi dan meeting evaluasi yang dilakukan tiap minggu. Kalau tiap minggu dirasa sudah cukup, kadang kita melakukan 2 minggu sekali, kalau dirasa ada hal baru yang perlu meeting, kita lakukan meeting. Tapi meeting berkala di hari senin dan kamis.

Nama : Aji Herlambang  
Jabatan : *Programming Staff*  
Lokasi : Graha Pena Jawa Pos, Jakarta Selatan, DKI Jakarta  
Waktu : 28 Juni 2019

Q : Bagaimana proses perencanaan dan seleksi program JPM Stream ?

A : Program JPM Stream itu, program yang sifatnya ringan. Terus yang nonton berbagai kalangan jadi tidak punya beban yang besar. Jadi kita bisa masukin musik, *infotainment*, *sport*. Dan kalo ngomongin JPM Stream berarti harus masuk ke kanal aplikasi dulu, kan wadah itu. Kanal jpm stream dan kanal yang lain itu beda dong, kalo kanal yang lain itu seperti TV pada umumnya. Tapi kalo di JPM Stream kita bisa memunculkan sifatnya yang dadakan, atau menghentikan program, atau yang sedang in itu A, mungkin di depan itu B. Jadi kita dinamis. Dan kita ngomongin JPM Stream, kanalnya itu tidak terpengaruh seperti televisi pada umumnya, kalo televisi ada peraturan SPSS, standar broadcast, jurnalisnya sangat ketat karena ada pengawas, KPI. Kita itu aplikasi lewat digital lewat internet , tidak seketat televisi. Tapi berhubung SDM kita itu *broadcast*, tetep kita menggunakan batasan-batasan di televisi, bahwa konten mengandung SARA/pornografi/HOAX itu kita tolak. Tapi kaidah-kaidahnya tidak serumit yang ada di televisi. Itu tentang pemilihan program. kalo dilihat ya di JPM Stream, ya itu yang sedang dibutuhkan, dan itu kemampuan kita. Kalau mau di *explore* lebih besar, ya harus mengukur dari SDM juga.

Q : Untuk program JPM Stream yang tidak diatur oleh lembaga resmi itu, karena sifatnya yang digital atau gimana ?

A : Kan JPM Stream sendiri, ketika tidak ada program kita bisa ambil dari program tv grup. Kan kita kanal berdiri sendiri. Kita rumahnya tv-tv lain lewat aplikasi ini. Kita bisa ambil program-program dari seluruh tv grup yang ada, masing-masing semua program yang berbau kuliner, di JPM stream ya kita bisa ambil program kuliner dan bikin pola siar kuliner setiap hari senin. Kita ambil seluruh program jawa pos ini otomotif, karena pasti ada program otomotif, nah hari selasa itu otomotif. Atau tentang wisata ditaruh di sabtu minggu. Berarti kita tidak produksi, kita mengambil masukin playlist, tayang. Beda sama televisi, kalo mereka kan menentukannya berdasarkan main riset, competitor main apa. Laku atau tidak untuk mengakomodir kebutuhan sale, terus disukai penonton sekitar lokasi tayang itu atau engga. Nah kalau kita kan bisa dinikmati di seluruh dunia, selama ada internet bisa ditonton. Makanya tantangannya kreativitas ya sebenarnya luas, karena berhubung tim yang digunakan saat ini seperti ini, ya itu yang bisa kita buat. Nah kalo timnya kita besar, kita bisa menggaet

program Bahasa Inggris misal, Bahasa luar, Bahasa Melayu . karena memang kita bisa ditonton disana yang kanal JPM Stream.

Q : Strategi penjadwalan programnya gimana, apakah di update dalam setiap berapa kali atau gimana ?

A : Kalau ngomongin penjadwalan, berarti ngomongin pola siar. JPM Stream itu tetep punya pola siar, senin sampe minggu ada polanya, terus saat ini standar, kita masih menggunakan pola dalam satu hari itu bisa di re-run dari pagi sampe siang bisa di re run lagi buat malamnya. Jadi ngga tayang 24 jam dengan tayangan yang berbeda, karena kita sangat banyak slot yang bisa digunakan untuk program. Kalo di televisi kan ada batasan rebutan dengan iklan, rebutan dengan promo. Kalo kita kan, pasti ada rebutan, tapi kan tergantung nilai salesnya. Ada request ngga, kalo ngga ada ya tidak perlu kita isi promo banyak-banyak, tinggal tempel isi program, isi program. Jadi mereka bisa nonton, di handphone dengan variatif program, itu tentang pola siar JPM stream, sebenarnya sih ngga imbang, karena kita sebenarnya produksi cuma berapa jam sisanya ngambil-ngambil, kalo aku bilang sih masih minim, harusnya kita punya banyak program, cuma belum kan kita masih berkembang.

Q : Terkait ambil program dari televisi lain itu, apa waktu tayang program tersebut diletakkan di jam yang sama di televisi aslinya ?

A : Engga, nah itu tadi. Di televisi pada umumnya, apalagi di Indonesia kan kita ada WIB, WIT, WITA, TV mereka dibatasi dengan cover area. Karena belum tentu di siang hari itu orang Jakarta bisa nonton berita, tapi ternyata di daerah lagi nonton music. Sedangkan jam 9 malam, di Jakarta masih On, tapi orang daerah udah pada tidur, pemilihan slotnya kita tidak bisa mengukur dengan televisi yang lain. Itu namanya klasifikasi jam pada televisi pada umumnya. Misal senin sampe jumat news, nanti sabtu minggu kartun, pagi ke siang itu drama atau jualan, sore masuk ke sinetron, dan berputar kaya gitu terus.

Q : Bagaimana pengintegrasian penjadwalan tv-tv jaringan Jawa Pos yang ada di JPM stream ?

A : Tetep sesuai keinginan kita aja, tim programmingnya JPM Stream. Karena kita ngga punya alat ukur yang, kalo kita nonton program carita jam 5 sore, kita punya dasar tv yang kalo tv lain itu dianggapnya untuk perempuan banyak jam 5 sore, eh belum tentu di Eropa nonton JPM Stream, terus ngga tau disana lagi pagi hari, enak nya nonton news. Nah, gituloh kondisi kondisi kaya gitu jadi. Kita ngga ada range klasifikasi slot,

Q : Balik ke tujuan awal terbentuknya aplikasi JPM Stream dan channel JPM Stream itu apa ?

A : Pertama ya itu tadi, harus bisa ngeliatnya gini. Karena ke depan orang kan liatnya ini aplikasi, liat luarnya dulu ini adalah aplikasi streaming. Isi aplikasinya adalah tv-tv yang ada di grup tv berjaringan jawa pos, yang didalamnya ada satu channel JPM Stream yang bernama JPM Stream, channel itu tidak berafiliasi oleh tv lain. Channel itu, produksi sendiri bisa juga ambil dari tv grup. Nah kalau kita orang lain bertanya, bisa nonton apa aja, untuk sekelas tv berjaringan, hanya jawa pos grup ini yang punya aplikasi menyatukan semua tv yang akhirnya bisa ditonton dalam satu genggaman. Itu dulu kuatnya, jadi JPM Stream menguatkan seluruh tv grup sehingga bisa menyatu dalam satu genggaman, kenapa dibilang seperti itu kan karena tv itu mencar-mencar, yang Jakarta ngga mungkin nonton padang, ngga mungkin nonton batam kalo lewat tv, kalo lewat handphone dengan download aplikasi ya bisa nonton disitu, kanal JPM Stream itu kanal tambahan sebagai identitas JPM secara keseluruhan. Makanya di JPM itu bisa produksi program yang tadi dijabarkan, bisa juga tidak memproduksi tapi menghimpun program tv grup, sehingga kita bisa milih nih, kalo mau kuliner ya kuliner semua. Hari sabtu minggu mau tayang pariwisata ya kaya gitu, karena channel JPM stream itu ngga punya batasan waktu, premi itu harus dimunculkan dulu. Dalam arti selama ada internet dan download JPM stream, ya bisa nonton JPM Stream. Untuk tv yang ada didalam situ, belum tentu bisa di tonton, karena ada jam mati mereka artinya ngga 24 jam, ketika tv itu mati JPM Stream kan 24 jam, kita bisa mengakomodir kearah situ, dan isi di tv aplikasi itu kan rata-rata tv nya Indonesia yang WIB, tengah dan timur yang jam cek in / cek out itu ngga beda jauh, dan kemungkinan besar tengah malem udah mati, tapi tengah malem di kita bisa jadi jam produktif orang negara lain yang liat. Kaya kita kan udah bisa ditonton, hasil jangkauan aplikasi kita bisa nonton di Malaysia, Hongkong, Arab, jamnya kan ngga sama. Itu posisi nya si JPM Stream kanalnya, itu jadi kekuatan dia. Mendukung channel-channel tv itu yang ngga tayang, kan kita bisa. Jadi kalo mau ngomongin kanal JPM stream kita ngomongin seluruh penontonnya, hanya internet yang bisa membuka channel aplikasi.

Q : Kan ada jam operasionalnya suatu channel di JPM stream itu, nah dari JPM pusat ini ikut mengatur jam operasional itu atau gimana ?

A : Kalo kanal JPM stream kan 24 jam, aplikasinya juga 24 jam. Iya betul JPM stream ini akan jadi aplikasi bisnis, kan kanalnya bisa dijual juga, slotnya banyak. Kalo kita ntar mau kerjasama unilever, unilever mau beli satu kanal isinya program unilever semua ya bisa. Kan balik ke konsep tv digital. Cuma kondisi real saat ini, itu masih berjalan, kalau untuk pengembangannya bisa kaya gitu. Termasuk kids & stream, kan itu pengembangan yang akhirnya jadi pengembangan untuk ayo kita bikin channel baru. Kan kita sebagai tim

aplikasi JPM stream, yang kedua adalah tim yang memproduksi program JPM Stream, kan ada channelnya. Yang ketiga adalah, kita punya channel satu lagi dan kita jadi tim pengelola channel itu. Tapi itu tetap ada sampulnya JPM STREAM, misal aku akan bikin channel alam, kamu bikin channel masak, dia bikin channel kreatif, ya tetap disebutnya JPM Stream. Kanalnya beda-beda. Jadi aplikasi ini tidak dimiliki oleh grup manapun yang memiliki tv berjaringan. Contoh Inews berjaringan, Kompas berjaringan, net berjaringan, kalo kamu mau nonton tayangan mereka kan kamu harus nonton youtube nya, website nya, tetep bisa nonton tapi kan media nya beda-beda, harus buka youtube atau browser atau apa. Kalo ini kan kita punya bentuk aplikasi, itu keunggulannya si JPM Stream, dan yang membedakan JPM stream sebagai aplikasi. Kamu nanti bisa jelasin, “ini adalah Jawa Pos Multimedia, sebagai holding televisi grup Jawa Pos A, B, C dst. Masing-masing punya siaran, masing-masing televisi punya wilayah, dan muncullah sebuah aplikasi yang dibuat oleh holding, televisi-televisi berjaringan ini dimasukkan dalam satu aplikasi, sehingga kita bisa nonton televisi Batam, Padang. JPM Stream sebuah aplikasi yang didalamnya ada.”

Q : Masuk ke pengorganisasiannya JPM, ada departemen apa saja yang bertanggung jawab JPM Stream ?

A : Disini kita tim programming dan network, itu ngga bisa dipisahin. Streaming masuk ke wadahnya tv yang tadi, kita konsennya di aplikasi JPM stream, aku lebih ke daerah, tapi semuanya sama. Jadi kalau bicara organisasi tepatnya itu belum, kita liatnya dari segi produksi dulu, yang baru dibutuhkan ada orang kreatif, cameramen, editor. Jadi spot kecil yang bisa buat program, kalo ngatur secara maintenance aplikasi nya ada adnan yang jadi IT satu orang, jadi kita tidak membutuhkan ruang yang besar juga, karena aplikasi ini dikelola sama orang sedikitpun itu bisa.

Q : Bisa dijelaskan alat penunjang tim di JPM stream ?

A : Lebih detail bisa tanya ke adnan, tapi untuk alat ya tidak seperti televisi pada umumnya, karena kita dengan satu computer aja bisa mengatur aplikasi itu.

Q : Sumber dana untuk produksi dan maintenance aplikasi JPM stream itu gimana ?

A : Itu adalah kebijakan holding, atau langsung dari holding. Kalo ada produksi, kita ajuin ke keuangan, kalo acc ya kita keluar, itu kan seperti memang sirkulasi perusahaan pada umumnya. Kalo lagi ngga ada apa-apa ya ngga pengajuan. Tapi sebenarnya kita tetep punya budget, dan dalam setahun itu kita punya beban, misal 100 juta lah. Untuk gaji karyawan, listrik



dan segala macam. Tapi itu kan internal, itu adalah sebenarnya beban yang harus dihasilkan oleh sales nya. Untuk nutup itu.

Q : Dari tim JPM Stream ada ngga controlling untuk program atau aplikasinya ?

A : Itu yang tadi diawal ngomongin batasan pembuatan program, kalo di televisi umum itu ada SPSS, itu yang mengontrol program, kalo dikita tetep ngacu ke situ. Cuma tidak jadi acuan resmi karena kita digital. Karena KPI ngga ada aturan ke kita juga sih, intinya controllingnya itu ya kita sebagai SDM yang berlatar broadcast, pasti tidak menghasilkan program yang melanggar norma. Kalo kontrol secara penayangan teknik, ya itu di teknik. Misal kaya adnan memastikan di MCR nya dia ngga ada yang mati. Intinya kita ada meeting, ada diskusi, kita pecahkan bersama dan kritisi bersama jadi kita ngga mungkin kelewat batas lah dalam penyajian. Setiap minggu kita ada meeting, tapi dalam broadcast kita itu bisa terjadi bisa ngga, masih dinamis lah. Tapi tetep ada untuk meeting itu. Kita misal ngobrol atau diskusi di whatsapp, kita bisa saling monitoring, kan kita ini tim kecil bukan tim besar.

Q : Yang jadi tolak ukur keberhasilan aplikasi JPM stream itu apa ?

A : Yang jelas itu adalah sosmed, nah kita itu tidak seperti tv lain yang punya tolak ukur rating kaya Nielsen. Tapi Nielsen itu sedang membuat itu, Nielsen untuk aplikasi digital, cuma itu bayarnya mahal, cuma kita punya parameter sendiri yang dimana sosmed jadi alat ukur paling sederhana dan paling murah. Yang penting ada interaksi aja, tapi kita juga ada hasil dari monitoring downloader/installer itu. Dengan ada orang menginstal paling ngga mereka tau. Tapi mereka nonton apa itu kita ngga tau, karena kan itu suka-suka mereka. Kita ngga punya Nielsen itu tadi, baru mau bikin Nielsen itu alat ukur buat digital streaming itu. Jadi ada kanal JPM stream, dan bikin sosmed JPM stream, like, comment, viewer itu jadi alat ukur bahwa kita ditonton nih program ini. Karena kita ada yang download 100ribu lebih.

Q : Terus ada target kedepannya ngga?

A : Untuk idealnya sih kita harus beli alat ukur itu tadi, karena semua tv itu kan akan ditanyain itu, punya alat ukur media mu ngga, biar aku bisa pede iklan di tempat mu. Di data, misal biar ada klien mau iklanin produknya, ya bisa terkenal seantero dunia dong, Karena aplikasi kita ini kan bisa diunduh dimana aja, nah persoalannya tayangan ini ada ditonton ngga. Dan jawaban itu cuma ada di Nielsen, dan Nielsen memonopoli itu dengan harga yang mahal. Supaya kita tidak menjual harga yang mahal, atau harga sales nya yang tinggi. Kita masih rendah, harganya murah, bukan berarti kita ngga bisa punya jaminan. Pasti tayangan kita ada yang nonton. dibanding kita

promosi dengan flyer atau cetak print yang bisa perlembar hitunglah lima ribu, kan akan jadi mahal dan belum tentu di liat sama orang itu. Dengan pasang di JPM Stream dengan penawaran yang murah dengan kuantiti yang lebih banyak. Dan bisa diputar atau ditayangin di beberapa slot.

Nama : Ibrahim Adnan  
Jabatan : *Streaming Staff*  
Lokasi : Graha Pena Jawa Pos, Jakarta Selatan, DKI Jakarta  
Waktu : 28 Juni 2019

Q : Ada alat penunjang apa aja untuk personil tim JPM Stream ?

A : Ada dua kamera, ada mobil JPM Stream, ada komputer server satu, komputer *monitoring* satu, komputer editor satu, komputer redaksi empat. Layar dan komputer *monitoring* itu buat *monitoring* tayangan televisi yang ada di aplikasi JPM Stream, MCR buat mengatur *playlist* JPM Stream. Kalo alat-alat ada kamera dua, *lighting* satu, laptop satu, *tripod* dua, *clip on* dua, memori dua, batere kamera dua, kamera *mirrorless* satu.

Q : Sumber dana produksi program JPM Stream dari mana ?

A : Itu dapet dari pengajuan dana. Kita buat perencanaan dana, terus minta tandatangan persetujuan pak Timmy (manajer program & network) dan ke pak Emar (*Business development & network VP*), terus diajuin ke keuangan JPM. Lalu dari keuangan ngirim datanya ke pusat Surabaya, baru nanti dari Surabaya ngirim uangnya.

### C. Dokumentasi Penelitian

Gambar 1 Wawancara dengan Aji Herlambang selaku Programming Staff



Gambar 2 Suasana Meeting tim Program dan Jaringan

