



PENERAPAN FUNGSI EDUKASI MEDIA MASSA PADA PROGRAM TAYANGAN KIDS MENU DI CHANNEL MNC KIDS

Muhammad Taufan Azahra¹, Ester Krisnawati²

^{1,2}Universitas Kristen Satya Wacana

Muhammad.taufanazahra@gmail.com, Ester.krisnawati@uksw.edu

Info Artikel :

Diterima : 8 Juli 2023

Disetujui : 18 Juli 2023

Dipublikasikan : 25 Agustus 2023

Kata Kunci : **ABSTRAK**
Peran media salah satunya untuk mengedukasi para penontonnya, maka dari itu kegiatan belajar bisa dimulai dari mana saja misalnya pada tayangan media. Anak-anak bisa belajar pada tayangan Kids Menu yang menyajikan program kuliner dengan mengajak audience belajar memasak berbagai jenis makanan maupun minuman yang simple serta mudah untuk diikuti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan fungsi edukasi massa pada program tayangan Kids Menu di Chanel MNC KIDS sesuai dengan sasaran pada anak TK hingga SD. Pada penulisan ini, menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan analisis data model interaktif yaitu pengumpulan data, pengamatan, studi dokumen dan studi Pustaka. Kesimpulan penelitian ini adalah tayangan Kids Menu berhasil mengajak penonton untuk belajar hal baru dan secara optimal memperluas informasi untuk usia 3 hingga 15 tahun. Selain itu penerapan program telah disusun dengan visual baik sehingga anak-anak bisa fokus dalam tayangan Kids Menu.

Keywords : **ABSTRACT**
One of the roles of the media is to educate the audience, therefore learning activities can be started from anywhere, for example in media impressions. Children can learn on the Kids Menu show which presents culinary programs by inviting the audience to learn to cook various types of food and drinks that are simple and easy to follow. This study aims to determine whether the implementation of the mass education function in the Kids Menu program on MNC KIDS Chanel is in accordance with the target for kindergarten and elementary school children. In this writing, using qualitative research and using interactive model data analysis, collecting data, observation, document study and literature study. The conclusion of this study is that Kids Menu shows successfully invite viewers to learn new things and optimally expand information for ages 3 to 15 years. In addition, the application of the program has been arranged with good visuals so that children can focus on Kids Menu impressions.

PENDAHULUAN

Televisi merupakan salah satu media penyiaran yang dapat dibilang cukup eksis sampai saat ini. Program acara televisi seperti news, entertainment, bahkan acara-acara kuliner mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak luas, fungsi lain dari televisi adalah sebagai sarana hiburan maupun yang bersifat menambah wawasan. Dengan adanya program-program televisi yang menghibur sangat diperlukan untuk melepas penat dan kejenuhan setelah beraktivitas. Pokok fungsi televisi sama seperti fungsi media massa lainnya (film, surat kabar, majalah dan radio) yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur dan membujuk.

Salah satu peran media adalah untuk mengedukasi para *audience*. Edukasi atau dapat dikatakan dengan proses mengajarkan para *audience* dengan menggunakan media untuk memperlancar komunikasi disebut media instruksional edukatif (Rohani, 2014). Kegiatan

belajar seorang anak tidak hanya dilingkup sekolah, namun anak TK hingga SD dapat belajar dimanapun dan kapanpun. Dari lingkup yang paling sempit adalah keluarga, dari lingkup tersebut seorang anak akan menjadikan kebiasaan-kebiasaan orang tua mereka sebagai panutan lalu acara menonton televisi yang disuguhkan kepada anak juga akan berpengaruh kepada anak tersebut (Ulfa, 2014).

Membahas mengenai kuliner, tayangan program maupun konten mengenai kuliner sudah banyak dengan pengemasan yang berbagai macam. Pada sosial media konten mengenai kuliner sangat banyak kita temui dan di televisi juga begitu namun program televisi yang secara khusus menayangkan dengan target *audience* anak-anak sudah sangat jarang. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada program Kids Menu karena program ini cukup berbeda dengan program memasak yang lain. Rata-rata program memasak ditujukan kepada orang dewasa, berbeda dari itu Kids Menu ditujukan untuk anak-anak yang dikemas dengan lucu baik background maupun hiasan disekelilingnya. Kids Menu yang ditayangkan di KIDS TV – MNC Channel tayang setiap hari Sabtu dan Minggu jam 08.30 WIB dan 15.30 WIB yang berdurasi 30 menit di setiap episodenya serta menampilkan menu-menu baru untuk dicoba membuatnya.

Alasan peneliti ingin meneliti Kids Menu adalah bagaimana cara kids menu mengedukasi *audience* mengamati pada program tersebut dikhususkan untuk anak-anak. Kids Tv dibawah naungan MNC grup yang sudah pasti hasil karya programnya tidak sembarang dibuat dan melalui proses yang panjang seperti *quality control* sesuai dengan standar program lainnya, hasil survei penonton yang dilakukan dan menunjukkan hasil dari rating yang didapat.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada program Kids Menu yang merupakan sebuah program kuliner yang mengajak *audience* belajar memasak berbagai jenis makanan maupun jenis minuman yang simpel serta mudah untuk diikuti. Memakai bahan-bahan yang mudah dicari, langkah-langkah yang cukup jelas, pengemasan dan penyajian program bernuansa anak-anak dengan tujuan anak-anak dapat memahami cara memasak yang disajikan maupun tertarik untuk mencobanya dari program tersebut. Selain itu program Kids Menu menyajikan program-program yang menarik dan menghibur serta dapat memberikan nilai dan inspirasi kebaikan bagi anak-anak.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengetahui bagaimana fungsi edukasi media massa pada program tayangan Kids Menu di channel MNC Kids dengan sasaran anak TK hingga SD tetap dapat menyajikan tayangan program untuk anak dan ibu. Penulis ingin meninjau cara Kids Menu dalam menyajikan program yang dikhususkan untuk anak-anak dikarenakan kontribusi channel Kids TV yang besar dalam tayangan program khusus anak yang sudah sedikit ditayangkan di stasiun TV lainnya.

Teknologi yang berkembang pesat saat ini tidak hanya dipergunakan untuk hiburan semata namun dapat dimanfaatkan untuk media komunikasi dan pembelajaran. Komunikasi itu sendiri suatu proses penyampaian informasi dari komunikator kepada *audience*. Komunikasi tersebut membutuhkan sebuah sarana yang akan dilakukan baik secara lisan atau verbal. Selain itu media juga berfungsi untuk sarana pembelajaran yang mudah diakses dan suatu langkah yang tepat dalam pemberian tayangan pada anak. Melalui media akan terjadinya proses komunikasi yang ditujukan kepada *audience* dan proses belajar akan terjadi supaya mencapai hasil yang diinginkan (Morissan, 2015).

Berdasarkan definisi konseptual, maka batasan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan fungsi edukasi media massa pada program tayangan Kids Menu di Channel MNC Kids di bidang edukasi khususnya pada anak. Agar penelitian ini dapat dipahami secara baik berdasarkan fokus kajian dalam bidang ilmu komunikasi, hal yang ditekankan adalah penerapan fungsi media untuk edukasi pada program tayangan tersebut.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada bidang ilmu komunikasi khususnya dalam melihat strategi komunikasi acara Kids Menu di stasiun MNC Vision dalam penyampaian tayangan bersifat edukasi dan dapat menjadi bahan referensi

bagi studi komunikasi khususnya pada program acara televisi bahwa anak-anak harus dibekali dengan tayangan yang berbobot dan dapat menjelaskan secara lengkap, menambah wawasan peneliti, serta masyarakat mengenai betapa pentingnya anak – anak harus dibekali dengan tayangan yang berbobot dalam strategi program Kids Menu distasiun MNC Vision dalam penyampaian tayangan bersifat edukasional.

Program acara televisi akan menyajikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak luas, selain sebagai sarana hiburan maupun yang bersifat menambah wawasan. Salah satu peran media adalah untuk mengedukasi para *audience*, edukasi atau dapat dikatakan dengan proses mengajarkan para *audience* dengan menggunakan media untuk memperlancar komunikasi disebut *Media Instruksional Edukatif* (Rohani, 2014). Data dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) kualitas program acara anak-anak dinilai masih kurang baik dengan indeks kualitas 3,03 dari nilai 4 yang dikatakan baik. Dengan berbagai indikator yang dipertimbangkan dan untuk indikator edukasi masih berada di angka 2,78 dari 4 (Komisi Penyiaran Indonesia, 2015). Oleh sebab itu Kids Menu menyampaikan tayangan bersifat edukasi karena kegiatan belajar seorang anak tidak hanya dilingkup sekolah, namun anak TK hingga SD dapat belajar dimanapun dan kapanpun. Seperti contoh anak yang sedang bermain sendiri dirumah dan mengisi waktu luangnya dengan menonton televisi yang disuguhkan pasti juga akan berpengaruh kepada anak tersebut.

Seperti contoh program acara Trans7 yaitu *Si Bolang Bocah Petualang*, disalah satu episodenya mengajarkan *audience* membuat layang-layang dari mencari bahan hingga pembuatan layang-layang. Program tersebut bertujuan agar *audience* mengerti dan dapat membuat sendiri layang-layang terkhususkan anak-anak. Program tersebut mengedukasi *audience* agar belajar dan mencontoh dan dapat dilakukan dirumah sesuai *instruktur* dari pembawa acara tersebut. Pada program Kids Menu yang sederhana memang cukup memberi gambaran kepada penonton bahwa program ini memiliki ciri khas. Dalam penyampaian lebih pada kehidupan nyata di usia anak TK hingga SD. Program Kids Menu ini dibuat semudah mungkin agar anak-anak dapat menangkap apa yang di maksud dengan mudah. Ditambah dengan nilai edukasi yang dapat menjadikan anak-anak mengasah komunikasi dengan baik.

Peneliti melakukan studi pustaka, oleh Herry Kuswita (2014), yang membahas tentang Strategi Penyajian Program Pendidikan Di Televisi Edukasi. Kemudian hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa tata panggung program pendidikan menggunakan tata panggung sederhana karena tidak boleh mengganggu konsentrasi pemirsa ketika menyimak materi. Para pemain dalam program tersebut memberikan informasi pendidikan dengan tema-tema yang akan berbeda dari setiap penayangan, penentuan tema tersebut akan terkait dengan strategi komunikasi yang mengutamakan berkaitan dengan kurikulum pendidikan yang sedang berlangsung serta isu-isu pendidikan yang memiliki dampak besar atau menyita perhatian masyarakat seperti Ujian Nasional (Kuswita, 2014).

Penelitian yang sejenis lainnya dilakukan oleh Yuhdyanto (2015). Membahas tentang Strategi Komunikasi Gejayaan TV Dalam Membuat Program Acara Yang Mendidik Dan Menghibur. Pada hasil penelitian Strategi komunikasi Gajayana TV membuat program acara yang mendidik dan menghibur adalah memperhatikan riset yang berfokus ke segmentasi edukasi dan pariwisata budaya dengan tujuan akhir yaitu *news* dan dokumenter pariwisata, sejarah dan budaya. Selain itu bersifat mendidik yaitu program acara yang memberikan wawasan kepada masyarakat naik dari segi rohani dan juga menghibur yaitu program acara yang dikemas dengan santai adapun tujuan dan manfaat untuk menemani waktu senjang masyarakat Malang Raya. Namun faktor prnghambat masih kurangnya dana oprasional produksi dan program tv nasional semakin diminati masyarakat dan keterbatasan pemikiran konsep berkepanjangan (Yuhdyanto, 2015).

METODE PENELITIAN

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk mencari, menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana program Kids Menu dalam melakukan tayangan yang edukasional dengan sasaran anak TK hingga SD melalui wawancara dan pengamatan.

Menurut Sugiyono metode kualitatif bertujuan untuk menganalisis serta mendeskripsikan aktivitas yang diteliti kepada obyek penelitian (Sugiyono, 2018b). Menggunakan metode yang menginterpretasikan dan menggambarkan objek maupun subjek dengan nyatanya atau berdasarkan fakta yang diteliti tanpa memberikan kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2018a).

Pada penulisan ini, metode analisis data menggunakan analisis data model interaktif yaitu pengumpulan data (Sirajuddin Saleh, 2017). Data mentah yang diambil dari hasil wawancara serta dokumentasi terkait program acara televisi Kids Menu. Setelah mendapatkan data yang diperlukan selanjutnya peneliti akan ketahap reduksi data dimana setelah diringkas dan disesuaikan dengan hasil penelitian. Bagian akhir adalah penarikan kesimpulan dimana setelah data-data diolah dan dijelaskan secara rinci dan mendetail, kesimpulan dapat dicocokkan dengan pembahasan.

Pengumpulan data diperoleh dengan beberapa metode, seperti wawancara dan pengamatan. Wawancara dilakukan dengan narasumber terkait (I Made Indra P. & Ika Cahyaningrum, 2019). Kids menu memiliki tim produksi yang mengatur serta melaksanakan semua kegiatan produksi mulai dari praproduksi, produksi hingga pasca produksi. Bapak Rhaditya Vikhantya dan Ibu Yang Puspitasari selaku *Produser* dan Ibu Windi Prihartati selaku *Associate Producer*. Wawancara dilakukan dengan mereka yang memahami Kids Menu secara keseluruhan. Sedangkan pengamatan atau dapat disebut observasi merupakan aktivitas pada suatu proses dan memahami dengan tujuan mendapatkan informasi secara langsung dilapangan terkait program tersebut. Pengamatan dilakukan dengan mengamati bagaimana proses yang harus dilakukan program Kids Menu saat produksi berlangsung. Dimulai pada 24 januari hingga 19 april 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan bersama program KIDS Tv terdapat fungsi edukasi dalam program ini. Fungsi edukasi artinya media massa diharapkan dapat lebih banyak memberikan Pendidikan, pemberdayaan dan pencerahan kepada masyarakat. MNC (Media Nusantara Citra) perusahaan media terbesar se-Asia Tenggara di bawah naungan MNC Group. Salah satu unit *business* MNC Vision adalah MNC CHANNELS yang merupakan departemen produksi. MNC Vision terbagi menjadi dua yaitu unit business yang akui sisi (membeli tayangan luar ataupun dalam negeri) dan *Inhouse Production*. Kantor MNC Channel berada di MNC Studio, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. *Executive Chairman* pada saat ini adalah Hary Tanoesoedibjo dengan *Chairwomannya* yakni Liliana Tanoesoedibjo. Channel yang beraneka macam dengan tayangan program-program yang sangat fokus terhadap segmentasi penonton.

Hasil wawancara bersama salah satu produser Kids Tv ibu Yang Puspitasari. Melihat fenomena tayangan program siaran ditelevisi.

“ya, melihat tayangan yang dikhususkan untuk anak, Kids Tv sendiri lahir pada 22 juni 2013 tepat hari ulang tahun DKI Jakarta. Channels Kids Tv diadakan untuk mengkhususkan penonton anak-anak dari usia toddler yaitu sekitar 3 tahun sampai *teenager* maksimal 15 tahun itu target *audience* utamanya dan juga target *secondary* tentu ada orang tua maupun keluarga muda yang maksimal umuran 45 tahun yang diperkirakan mempunyai anak maksimal umur *teenager* tersebut.” (Informan 1, Produser Kids Tv)

Kids Tv dibawah naungan Pay Tv yakni Indovision atau yang sekarang dikenal dengan MNC-Vision Network. Program yang ditayangkan Kids Tv terbagi dua yaitu; (1) program yang

bersifat akuisisi atau program yang dibeli (2) *Inhouse Production* yang berarti tim produksi dari channel tersebut membuat tayangannya sendiri. Total program tayangan MNC Channel ada 14 program tayangan. Program original dari Kids Tv ada dua yaitu; (1) Kids Menu dan (2) I Can Do It. Tujuan utama lahirnya Kids Tv dengan program tayangan yang akan bersifat

“Tujuan kami tidak lain adalah misi setiap program tayangan harus memiliki syarat seperti; (1) program tayangan harus mengedukasi (2) program tayangan harus mengajak anak-anak menjadi kreatif (3) program tayangan harus menjunjung tinggi norma-norma yang berlaku dimasyarakat maupun keluarga (4) program tayangan juga dapat dinikmati oleh semua khalayak penonton.” (Informan 1, Produser Kids Tv)

Kids Menu adalah program masak-memasak yang menu dan tampilan visual ditujukan untuk anak-anak usia 3 tahun sampai 15 tahun. Keunikan kids menu adalah program memasak yang tidak menampilkan visual seorang chef namun hanya menggunakan *hand talent*. Dikarenakan dengan target *audience* anak-anak tersebut dengan gambar visual yang menarik diharapkan mereka dapat meniru dan mempraktkannya di rumah. Kelayakan sebuah program akan dinilai dari rating yang program tersebut dapatkan.

“Kelayakan Kids Menu yang tayang perdana dibulan juni 2020 hingga saat ini telah menduduki rating atau jumlah orang yang menonton cukup tertinggi diantara house production channel lainnya, rata-rata Kids Menu menduduki 5 besar program tayangan. Didapat dari divisi riset yang secara khusus membedah penonton dari setiap program yang ditayangkan dan menunjukkan hasil rating penonton. Divisi tersebut juga memantau apakah penonton tersebut merasa puas dengan tayangan program yang diberikan. Standar divisi riset dan development minimal penonton tayangan tersebut per-episode adalah 1.500. dengan rata-rata penonton kids menu mendapatkan 1.900-an per-episode maka dianggap ini adalah program yang berhasil sesuai dengan keinginan penonton tersebut.” (Informan 1, Produser Kids Tv)

Tahapan perencanaan program, berdasarkan hasil wawancara bersama Produser Kids Tv Yang Puspitasari selaku produser dalam program tayangan Kids Tv, mengatakan bahwa dalam merencanakan suatu program itu harus berdasarkan misi yang diinginkan maka program tersebut tidak menyimpang dan sesuai harapan yang diinginkan, agar dapat memenuhi kebutuhan *audience* dan dapat terus menarik minat *audience* untuk tetap menonton program acara tersebut.

Tahapan program Kids Menu dibagi menjadi 3 yaitu; Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Maka tahapan yang akan tim lakukan seperti

“Dalam Pra Produksi, dimulai dengan meriset menu – menu yang akan dibuat. Riset tersebut didapat dari beberapa platform internet seperti *youtube*, *pinterest*, *instagram* dan juga *tik-tok*. Serta melakukan riset yang memenuhi kriteria yang mudah dibuat, secara tampilan sangat menarik dan juga sehat. Selain itu riset tersebut memenuhi kebutuhan konten maupun kebutuhan channel agar tepat sasaran, menuju dengan target *audience* anak-anak maka penamaan dan tema juga akan dibahas. Setelah mendapatkan referensi dari beberapa *platform* tersebut tim akan memodifikasi dengan menambah bahan makanan ataupun mengganti bahan makanan yang dirasa kurang baik atau kurang sehat untuk anak – anak, tim juga akan memikirkan bagaimana menyajikan makanan tersebut agar terlihat sangat menarik. Setelah itu tim akan mencatat daftar bahan dan alat yang dibutuhkan. Tidak hanya alat – alat masak saja yang tim siapkan tetapi alat keperluan shooting seperti kamera, tatalampu hingga dekorasi yang dibutuhkan tim akan mempersiapkan sebelum hari eksekusi atau tahap produksi.” (Informan 1, Produser Kids Tv)

Memfokuskan pada faktor edukasi, tim produksi tidak sembarangan dalam mengambil keputusan dikarenakan targetnya adalah anak-anak maka pilihan yang memenuhi kriteria sangat diperhatikan. Pemelihan bahan makanan juga akan diperhatikan dikarenakan ingin mengedukasi beberapa bahan makanan yang kurang baik dikonsumsi anak-anak maka bahan makanan tersebut tidak digunakan atau diganti dengan bahan makanan yang baik untuk *audience*. Terpaku oleh

penonton anak-anak maka tim riset akan memilih bahan makanan yang sehat agar terdapat edukasinya.

“Produksi, produksi program tayangan atau shooting sesuai dengan apa yang telah direncanakan di tahapan pra produksi. Persiapan tim *creative* maupun *aspro* mengenai bagaimana tim membuat program tersebut seperti yang sudah direncanakan sebelumnya dan pastinya ditahapan produksi akan ada berbagai macam kendala yang akan dihadapi, disini posisi produser, asisten produser, tim kreatif dan *production assistant* harus bisa menghadapi setiap masalah tersebut. Dalam proses shooting tim kreatif serta *aspro* akan menata ulang tataletak penggunaan properti masak ataupun properti tambahan yang menghias meja shooting, ini bertujuan juga memengaruhi minat tonton. Pada tahapan produksi juga tim akan menyusun tata letak bahan makanan yang ingin diutamakan, seperti bahan utama adalah buah atau sayur yang itu sangat baik bagi kesehatan maka tim akan membuat buah atau sayur tersebut menjadi sangat menarik bagi anak-anak menyisipkan edukasi untuk bahan-bahan makanan.

Dalam Pasca Produksi, tahapan dimana hasil shooting atau produksi memasuki tahap editing. Mulai dari tim editing grafis, video dan audio, dimulai dari opening break bumper, bumper- in, bumper- out, template bahan baku, template cara pembuatan, *sound efec*, *backsound*, dan *credit title*. Disini merupakan bumbu untuk edukasi yang ingin disampaikan dapat tersurat dengan jelas karena edukasi yang tersisipkan dalam tayangan dapat terlihat jelas. Setelah lolos review dari produser maka akan dilanjutkan kepada departemen *quality control* (QC). Departemen QC juga melihat fungsi media yang disuguhkan disetiap episodenya. Karena sebelum program tersebut tayang kepada *audience* harus memenuhi fungsi media itu sendiri.” (Informan 1, Produser Kids Tv)

Memfokuskan pada fungsi edukasi, lahirnya Kids Menu harus memperhatikan beberapa faktor pada saat perencanaan program, format materi yang ditayangkan, target *audience*. Semua akan berkaitan dikarenakan tujuan yang mengedukasi anak-anak dengan tayangan Kids Menu. Hal yang mendasar untuk anak tertarik belajar adalah konsep atau tema yang Kids Menu tampilkan dengan begitu unik sehingga anak-anak memperhatikan. Langkah selanjutnya mengajarkan bahan-bahan serta alat untuk membuat masakan tersebut. Ketika anak-anak yang tertarik memasak dikarenakan tayangan Kids Menu maka tayangan tersebut sudah berhasil mengedukasi.

Selain itu, hasil wawancara dengan penonton pun menyebutkan program Kids Menu menjadikan cara belajar melalui media massa. Penonton menyebutkan bahwa program Kids Menu memberikan berbagai pengetahuan baru yang dijelaskan secara detail dan mudah dimengerti sehingga penonton dapat memahaminya. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa program yang ditampilkan oleh Kids Menu telah memenuhi aspek fungsi media yaitu edukasi karena konten-konten yang berisikan atau menginformasikan tentang edukasi dengan program memasaknya.

Fungsi Edukasi Program Acara Kids Menu di MNC Kids

Kids Menu berfungsi memberikan pengaruh dalam pembuatan keputusan dimana media massa berfungsi memberikan pengaruh kepada penonton lewat acara atau berita yang disajikannya sehingga dengan adanya media massa diharapkan masyarakat dapat terpengaruhi oleh berita yang disajikan. Dalam penelitian ini, pengaruh yang dimaksud adalah dapat mempengaruhi penontonnya setelah apa yang dilihat. Maksudnya setelah menonton konten dari Kids Menu *audience* dapat merasa bahwa mereka mengetahui informasi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan maka terdapat suatu kesimpulan mengenai penerapan fungsi edukasi media massa pada program tayangan Kids Menu di Channel1 MNC Kids dengan sasaran anak TK hingga SD, telah optimal dengan menyapaikan

banyak informasi secara luas tentang program makanan yang dibuat. Tayangan yang terdapat pada kontennya berhasil *influence* anak-anak dalam hal edukasi. Karena Kids Tv memiliki misi; program tayangan harus mengedukasi, program tayangan harus mengajak anak – anak menjadi tau akan bahan makanan, program tayangan harus menjunjung tinggi norma – norma yang berlaku dimasyarakat maupun keluarga program tayangan juga dapat dinikmati oleh semua khalayak penonton. Yang berarti semua tayangan harus sesuai dengan misi tersebut. Selain itu Kids Tv juga dapat dinikmati oleh khalayak umum. Dalam penerapan manajemen program telah disusun dengan visual baik sehingga anak-anak bisa fokus dalam tayangan Kids Menu.

Adapun saran yang ingin disampaikan yaitu Kids Menu diharapkan dapat terus berkembang sesuai dengan kemauan dari *audience* karena anak – anak akan merasa cepat bosan dengan *template* yang sama terus menerus. Selanjutnya walaupun Kids Menu ditayangkan di televisi berbayar yang berarti akan terjadi komunikasi satu arah, diharapkan akan ada komunikasi dua arah yang berarti *audience* ikut memberikan saran secara langsung atau juga penonton diberikesempatan ikut dengan pembuatan program.

DAFTAR PUSTAKA

- I Made Indra P. & Ika Cahyaningrum. (2019). *Buku Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian: Vol. I*. Deepublish.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2015, April 28). *Hasil Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi*. KPI.
- Kuswita, H. (2014). Strategi Penyajian Program Pendidikan Di Televisi Edukasi. *Jurnal Komunikologi*, 11(Penyiaran), 2–9.
- Morissan, M. A. (2015). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi* (M. Grafika, Ed.; Edisi Revisi, Vol. 5). Kencana.
- Rohani, Drs. A. (2014). *Media Instruksional Edukatif* (Cet.Ke-2, Vol. 1). PT. Rineka Cipta.
- Sirajuddin Saleh, S. Pd. , M. Pd. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Sugiyono, Prof. D. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet.1). Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. D. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 1). Alfabeta.
- Ulfa, N. S. (2014). Apa Yang Ditonton Anak-Anak Di Televisi? *Communication, Studi Analisis Isi Muatan Nilai Negatif Pada Acara Televisi Yang Banyak Di Tonton Anak-A*, 4–6. https://www.researchgate.net/publication/286645085_Apa_Yang_Ditonton_Anak-Anak_Di_Televisi_Studi_Analisis_Isi_Muatan_Nilai_Negatif_Pada_Acara_Televisi_Yang_Banyak_Di_Tonton_Anak-Anak
- Yuhdyanto. (2015). Strategi Komunikasi Gajayana TV Dalam Membuat Program Acara Yang Mendidik dan Menghibur. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(Strategi Komunikasi), 502–205.