

## GFTV——台灣第一家印尼網路電視頻道

研發部資深研究員 何國華 2016 年 3 月

去年伊斯蘭齋戒月結束第一個星期日，上萬名印尼移工湧進台北車站歡慶開齋。台北車站大廳湧入大批移工，三五成群席地而坐，帶著家鄉菜餚與親友分享，其中有不少是印尼看護工。事實上當台灣進入高齡化社會時，外籍看護工人數以印尼籍占整體外籍看護比率最高，達到 82.4%，外籍看護中十個就有八個是印尼籍。由此可見印尼人和台灣人關係緊密的程度。在台的印尼移工，如何獲取資訊，認識台灣，並和家鄉人進行連結互動呢？

GFTV 印尼網路電視台，是台灣第一家印尼語節目網路頻道，2015 年 3 月 1 日開播，服務在台的印尼移工，目前印尼移工加上印尼籍新住民合計有 30 萬人。GFTV 節目大致分為以下幾種類型：新聞節目、回教節目、法律節目、中文教學節目、台語教學節目、探索台灣節目、素人歌唱節目、在台灣印尼人活動轉播節目。



圖說：GFTV 印尼網路電視台提供多元內容，滿足在台印尼移工需求。

來源：GFTV 臉書

GFTV 是儒園系統成立的網路電視台，本身是系統商，又擁有頻道設備優勢，負責人鄭育儒表示，成立電視台除了服務印尼人以外，GFTV 同時也是很好的 Demo Site。對於印尼網路電視發展、節目類型設計、營運策略等等，岩花館特別訪問 GFTV 主管，討論分眾化時代的全新媒體經驗，分享多元族群下的影音策略，以下是採訪摘要：

**問：為什麼會成立印尼網路電視台？**

**鄭立傑：**目前我們的頻道是提供印尼外勞收看，印尼外勞 80% 是看護工，雇主收視主要是台語和國語節目，仲介引進前會在印尼幫傭學校學習基礎中文，雖然國語初通，但要從現有電視節目獲得資訊有實際困難。因為在台灣印尼人資訊取得的使用習慣是以手機為主，我們公司本業就是系統公司，擁有頻道設備專長，直接跨入內容產業，同時我們正在發展 IPTV，公司的核心技術剛好用得上。GFTV

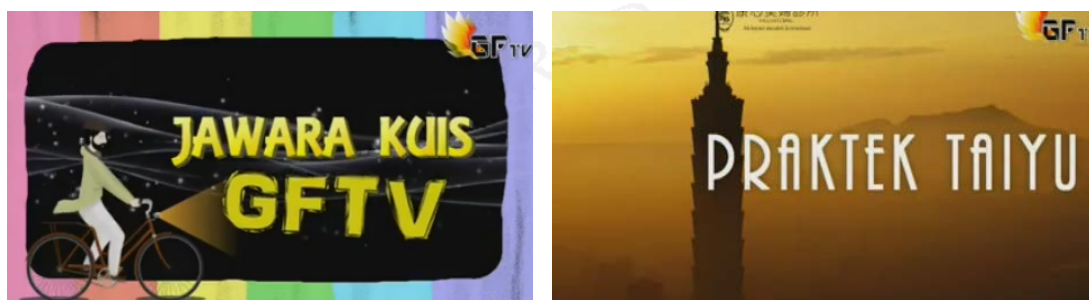
從 2015 年 3 月 1 日開始，雖然過程跌跌撞撞，但是從系統業者切入媒體內容提供者的過程也是學到蠻多的。

**問：GFTV 的觀眾輪廓？**

**鄭立傑：**去年下半年開始有比較大的成長，粉絲頁已有 2 萬人，印尼在台外勞目前有 23 萬人，加上外配，總計約有 30 多萬人，GFTV 觀眾輪廓年齡是 25- 35 歲之間，女性占了大部分，產業外勞中 4 萬多人是男性，多數是粗工，例如漁工，其他 17 萬多人都是女性，以看護工為主。在社群媒體上還有很大發展空間。印尼駐台經貿代表處也注意到 GFTV 的成績，希望透過我們將官方資訊傳播給在台外勞，成為官方媒體夥伴。

**問：如何招募員工？**

**鄭立傑：**在台灣要找同時精通印尼語和國語的本國人有困難，我們找的是印尼來台華裔留學生，因為在台灣外出採訪行程不會中文很麻煩，黃小姐是印尼蘇門答臘華僑，祖籍金門，中文完全在台灣學的，我本身是機械博士，節目經理黃小姐是我的學妹，我們向勞動部提出外籍白領的申請需求，簽約成為正式員工，三年一簽，可以續約。如果政府能夠放寬外籍白領申請，我們就可以找到更多優秀的印尼人加入。



圖說：有限人力卻能有不同的類型節目，GFTV 逐步增加印尼移工資訊內容。

來源：GFTV 臉書

**問：為什麼是印尼語，不是其他語言？**

**鄭育儒：**台灣網路電視最大競爭對手是 YouTube，收廣告，使用者都免費，若成立收費平台就很難競爭，GFTV 成立有兩個原因，一是要建立一個實體軟硬體環境的應用實績，二是從我祖母開始的三代人，醫療看護請的都是印尼外勞，當時評估在台印尼人有 22 萬，這些人全部是看手機，而且台灣很多電視台收視率根本不到 1%，我們現在的播出形式跟電視台是一模一樣，唯一差別是網路播出，不是有線播出，我們的目的是製作出符合在台 22 萬印尼人需要的節目，22 萬收視 1%是 2200 人。

**問：是否跟印尼的電視台合作節目內容？**

**鄭育儒：**我們之前曾經跟印尼的 Skynindo 合作，Skynindo 是台灣華衛和印尼合作的電視台，當初買了本公司 11 個 SD 頻道和 2 個 HD 頻道的 Player 設備，目前是印尼排名第三的電視集團，因為印尼有很多的華人，華衛也希望台灣的電視節目能夠在印尼找到出路，播給當地印尼華人收看，Skynindo 希望我們能夠提供節目在當地播，我們也希望對方能提供節目過來，我們最希望的就是印尼外勞能夠收看，所以目前雙方僅就節目交換和販售進行洽談。我們也經營各種管道和平台，希望在台灣或印尼的業主能夠上來做廣告，有一些收入，支應節目經費，雖然現在仍在初期投資階段，但是 GFTV 網路電視台也是我們很重要的軟體展示平台，等於是一個 Demo Site。

**問：營運模式？**

**鄭育儒：**GFTV 現在的招商方式，有些是在印尼店銷售，規模小價格低，另外是舉辦活動，我們最近辦了一次選美比賽和素人變裝秀，現場報名後進行梳化妝，以及贊助廠商提供節目服裝的目的就是爲了要賣衣服，拍攝時 Live 直播，接著進行票選決定名次，我們周日到火車站地下街舉辦，在舉辦同時就會拉進廠商合作。

**問：GFTV 目前有那些節目內容？**

**鄭育儒：**受限於 9 個人力，內容有限，目前節目有語言教學、新聞、旅遊等等，也希望從印尼引進一些節目進來，也可以將本國節目上印尼字幕，所以公視如果有部分新聞能夠提供使用，印尼人也是可以收看，我希望找到更多元的播出內容。

**問：有那些收視最好的節目？**

**鄭立傑：**我們現在有十幾種的節目類型，我們也舉辦選美活動、素人大改造、足球比賽、外勞轉職工作訊息等節目，旅遊節目以景點介紹爲主，可以讓外勞到處遊玩，持續推陳出新。其中特別值得一提的是回教節目，回教節目收視率非常好，當有印尼權威宗教領袖來台，我們會邀請他過來接受訪談。我們也會根據手機 App 下載和網路串流接收等收視的雲端大數據來調整節目方向。

**問：有限人力如何提供節目內容？**

**鄭立傑：**他們都是正職白領(印尼員工)都蠻拚的，雖然工作內容包括採寫編播，同時也會加班，但是一切都是依照勞基法。GFTV 周一到周五每天新製時數 1 小時，加上重播時數，所以一天 24 小時是不會看到重複播出的節目，周六和周日是印尼勞工休假日，所以新製時數就會增加，我們也會提供 LIVE 節目，外勞收視時段多數是周一到周五晚上 9 點到 12 點，我們自行開發的系統可以自動排播。

**問：GFTV 在重大事件時的功能和收視表現？**

**鄭立傑：**我們發現當台灣發生地震或颱風時，收視會突然的爆增，之前的颱風季節時，當 CNN 報導超級強烈颱風襲擊台灣時，我們的粉絲頁當天晚上就湧進 20 多萬人瀏覽。當然跟著雇主也會知道颱風等訊息，可是聽不懂國語，他可能知道什麼是衛星雲圖，但是不知道颱風何時會來，強度會有多大，會影響到那裡，那邊會下雨，要如何準備防災，這些資訊印尼人從國語聽來，了解程度並沒有那麼準確，如果直接用印尼文說明就很清楚，很快就可以知道。

**問：GFTV 如何掌握印尼人收視習慣？**

**鄭育儒：**印尼外勞當中以家庭照護占最大多數，工廠仍屬少數，家庭照護外勞的收視習慣都是片段的，是跟著雇主看，她不可能有自己的自由收視時間，利用手機長時間收視是很累人的，所以 GFTV 已經掌握到他們的收視習慣，我們的節目內容都是很短的，節目長度不會超過半個小時，沒有很長的連續性，除了假日節目和活動轉播會比較長，新聞節目長度是 15 分鐘左右，也有每天播出 5 分鐘新聞，另外就是一周一次的 30 分鐘新聞。

**問：如何將節目傳送使用者？**

**鄭育儒：**GFTV 網路播出是透過亞馬遜，我們的系統伺服器自動將二路的高低解析度訊號打到東京的亞馬遜，亞馬遜再將訊號送出來，所以任何手機收視都沒有限制，另外就是藉助臉書，臉書會 report 按讚數等資料，我們的 app 是透過 Google Play 安裝，也會提供安裝資訊。

**問：GFTV 如何評估網路廣播的成本？**

**鄭育儒：**原來我們也以爲要花很多錢，當初是以有線電視價格計算，有線電視平均每月收視費是 600 元，就是一天 20 元左右，如果一天在家看 10 小時電視，平均收視有線電視一小時是 2 元，亞馬遜是 1 小時 1 元，比有線電視便宜，實際操作下來，比這樣的支出還要低，因爲外勞看 5 分鐘、10 分鐘就會停下來，他們不會連續收看 1 小時的，所以 GFTV 收視人數雖然很高，但是因爲收看時間零零碎碎，所以實際付出的頻寬費用比這個還要少，多數都是捷運上看一下，到站時就關掉，中午休息時看一下，然後就關掉，或是上廁所時看一下，都是零碎化，很少長時間觀看。

**問：成立 GFTV 前是否做過調查？**

**鄭立傑：**一開始是請黃小姐（儒園節目經理黃燕妮）進行初步的收視行爲調查，分析印尼人有興趣的節目類型，不是散彈打鳥，而是已經有了一些既定的方向，接著進行分析後收斂成爲現在的節目內容，例如，我們原本以爲足球節目會很熱門，結果發現收視率表現並不是太好，我們就會依此進行節目方向的調整。我們當時的做法是派出工讀生到台北車站訪談外勞，提供初步回饋意見，也請工讀生



打電話詢問安裝 App 後的使用情形。

**問：新住民和移工對於法律節目需求殷切，GFTV 是否曾製作過類似節目？**

**黃燕妮：**GFTV 曾經做過法律類型節目，但是法律內容不能只是我們自己講，必須要有專家進來，我們那時候並沒有這樣的人員，所以就停掉法律節目，而且當時的收視率也還好，所以就暫停製作。

**問：如何評估節目的上下檔？**

**鄭立傑：**收視率當然是一個很重要的指標，再來就是考慮參與度，例如化妝節目需要素人參加，如果報名不踴躍，表示觀眾的興趣不高，類似這樣的節目表現我們都會列入參考，比方旅遊節目要實際帶著他們放假時候去玩，並製作成一個節目，如果說報名的人數很少，沒辦法供應每周一集或是二集，我們就有可能會停掉。

**問：GFTV 如何維持和印尼使用者的互動？**

**鄭立傑：**因為這牽涉到國情與文化，印尼的國情是比較喜歡面對面的，不希望去透過什麼介面，如果有什麼事就會直接打電話過來，直接詢問，類似這種方式，我們是提供 App 的 E 化服務，在台灣做生意的網站或是雜誌都是提供電話客服，因為印尼人比較希望採取傳統的面對面服務，他們一定要打電話來詢問，這不像台灣人要買什麼東西時，只要上 PC home 按一下就好，文化很不一樣。我們現在除了電話，也靠臉書和 LINE 等三種管道進行溝通，臉書的左克柏都講了，印尼這個國家是全世界使用臉書比例最高的，我們實際運作下來，臉書比 LINE 和電話在互動上都要有效果。

**問：是否有考慮成立越南語網路電視台？**

**鄭立傑：**當初是曾經規劃成立越南語網路電視台，曾想過一次成立兩家電視台，但是做下去後才發現台灣和印尼的文化差異太大，印尼人和台灣人的文化很不一樣，如果又要經營越南頻道，並不利於公司運作，一次打太多點，過於分散，資源分配不集中，投資印尼頻道一套，投資越南頻道又一套，我們當初從非媒體領域跨進來，也是摸著石頭過河，也不知道該要注意什麼事情，後來評估如果貿然投資下去風險很大，不如先好好經營印尼電視台，目前印尼外勞是台灣最大族群，任何想進入這個市場的人，直覺上都會先從印尼外勞開始。