

STRATEGI AKUISISI PROGRAM TELEVISI

**(Studi pada Program Cinta di Langit Taj Mahal Menggantikan
Program Bolly Star Vaganza di ANTV)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi



**KARTIKA AYU KHARISMA
1111003094**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2016**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Kartika Ayu Kharisma

NIM : 1111003094

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 Juni 2016

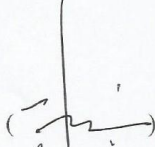
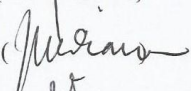
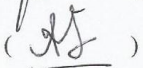
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan untuk:

Nama : Kartika Ayu Kharisma
NIM : 1111003094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Akuisisi Program Televisi (Studi pada Program Cinta di Langit Taj Mahal Menggantikan Program Bolly Star Vaganza di ANTV)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aryo Subarkah, S.Sos, M.Si ()
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac ()
Penguji 2 : Anastasya Andiarti, S.Sos, M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Juni 2016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul Strategi Akuisisi Program Televisi (Studi pada Program Cinta di Langit Taj Mahal Menggantikan Program Bolly Star Vaganza di ANTV).

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat perolehan gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari jika tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Berakhirnya tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Terutama kepada orang tua, Bapak H. Bambang Setyo Utoyo, S.E dan Ibu Hj. Wiwiet Sawitri yang selalu mendoakan dan sabar menunggu kelulusan saya meskipun selalu dihantui dengan pertanyaan “Kapan lulus?” dan “Kapan cari kerja?”, namun mereka adalah salah satu motivasi terbesar saya untuk semangat mengejar gelar sarjana.

Selain Allah SWT dan orang tua, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

- Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos.,M.Si selaku dosen Ilmu Komunikasi, pembimbing akademik, pembimbing laporan magang, dan dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing penulis selama proses perkuliahan, magang, hingga penyusunan tugas akhir. Terimakasih banyak, tanpa Mas Aryo saya bukan apa-apa.
- Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama 4 tahun menuntut ilmu komunikasi di Universitas Bakrie.
- Pihak ANTV yang menjadi informan penting bagi penelitian tugas akhir penulis. Mas Sabil sebagai pembuka pintu *networking* hingga penulis

dapat melaksanakan magang dan penelitian tugas akhir. Teruntuk Mas Said, dan Mas Gunawan selaku informan utama tugas akhir yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.

- Teman-teman Komunal tahun 2010, 2011, 2012, 2013, dan 2014 yang memberikan semangat serta dukungan yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu di sini.
- Nelly yang selalu sabar memberikan informasi mengenai cara penulisan dan terus memberikan dukungan meskipun ia sudah lulus duluan. Zhora, Tyra, teman skripsi seperjuangan yang turut membantu memberikan motivasi agar bisa sidang dan lulus bersama. Ka Wandha, Nadia Nur Isfiana yang turut memberikan dukungan agar cepat mengejar sidang skripsi, dan terakhir Andito Gilang, Genta Perdana teman seperjuangan dan teman bimbingan yang saling memberikan motivasi meskipun dengan cara bersaing siapa yang sidang duluan.
- Terakhir, teruntuk Michael Arsyi, terima kasih atas dukungan dan semangat moril maupun materil. Selalu setia menemani, menghibur, jadi tempat pelarian emosi ditengah-tengah kesibukannya bekerja, dan segala jerih payahnya yang tidak bisa diungkapkan disini. Semoga Tuhan yang membalas segala kebbaikannya!

Meskipun penulis tidak dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu, yaitu 4,5 tahun karena keterlambatan mengambil magang, dan sibuk berkarir diluar perkuliahan, penulis tetap bersyukur karena dapat menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir ini dengan baik.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan tugas akhir ini. Penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi dunia pendidikan, khususnya pendidikan jurnalistik.

Jakarta, 10 Juni 2016

Kartika Ayu Kharisma

1111003094

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kartika Ayu Kharisma
NIM : 1111003094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free-Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI AKUISISI PROGRAM TELEVISI

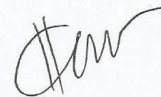
(Studi pada Program Cinta di Langit Taj Mahal Menggantikan Program Bolly Star Vaganza di ANTV)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 10 Juni 2016

Yang menyatakan,



(Kartika Ayu Kharisma)

STRATEGI AKUISISI PROGRAM TELEVISI

(Studi pada Program Cinta di Langit Taj Mahal Menggantikan Program Bolly Star Vaganza di ANTV)

Kartika Ayu Kharisma

ABSTRAK

Media televisi membawa dampak besar bagi khalayak karena mampu memberikan informasi tanpa memerlukan waktu yang lama. Selain itu, *audience* dimanjakan dengan berbagai program yang sifatnya gratis, mudah diakses, dan sifat televisi yang dipandang dan didengar (*audiovisual*). ANTV sebagai salah satu media penyiaran Indonesia menghadirkan program hiburan *variety show* yang berjudul Bolly Star Vaganza, namun program tersebut tidak mampu bertahan masa tayang sehingga ANTV membentuk strategi untuk menggantikan program tersebut dengan program sinetron Cinta di Langit Taj Mahal guna mendapatkan kembali para penonton setianya dan keuntungan dari pengiklan. Penelitian ini adalah penelitian deksriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui analisa strategi akuisisi program televisi, studi pada program Cinta di Langit Taj Mahal menggantikan program Bolly Star Vaganza di ANTV. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan narasumber, observasi dokumen kerja dan penelurusan dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh ANTV berhasil mengembalikan para penonton setia ANTV melalui program baru unggulannya yaitu Cinta di Langit Taj Mahal.

Kata kunci: *variety show, audience, audiovisual, strategi program*

TELEVISION PROGRAM ACQUISITION STRATEGY

(Study in Bolly Star Vaganza Program replaced Cinta di Langit Taj Mahal Program in ANTV)

Kartika Ayu Kharisma

ABSTRACT

Television brings big impact for *audience* cause it gives information without need a long time. Then, the audience pampered by many programs and its free, easy to access, and television properties are seen and heard (audiovisual). ANTV as a broadcast media in Indonesia present a variety show program that entitled Bolly Star Vaganza, however that program can't be able to show for a long time. So, ANTV make a program strategy to replace the before one, with a drama program that entitled Cinta di Langit Taj Mahal to grab the loyal audiences and get a profit from the advertisers. This study is a qualitative descriptive aimed to determine the television program's acquisition strategy analysis, study by Cinta di Langit Taj Mahal program that replace Bolly Star Vaganza program. Data collection through in-depth interviews with informants , observations, and document researches. These results indicate that strategy developed by the quiz successfully restore the quiz loyal audience through a new program that is superior in the sky Love the Taj Mahal. These results, showed that strategy that be used by ANTV successful to grab the loyal audience again and profits by the new prorgam that's Cinta di Langit Taj Mahal.

Keywords: variety show, audience, audiovisual, program strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Tinjauan Pustaka Atas Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2. Tinjauan Pustaka.....	14

2.2.1. Televisi.....	14
2.2.2. Program Televisi.....	17
2.2.3. Manajemen Media Penyiaran Televisi	19
2.2.4. Strategi Program Televisi	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	35
3.2. Objek Penelitian.....	36
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1. Data Primer dan Sekunder	37
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	41
3.5. Teknik Analisis Data.....	45
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data	47
3.7. Batasan Penelitian.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1. Profil ANTV	49
4.1.2. Profil Bolly Star Vaganza	54
4.1.3. Profil Cinta di Langit Taj Mahal.....	58
4.2. Hasil Penelitian	62
4.2.1. Perencanaan Program	62

4.2.2. Akuisisi Program	75
4.2.3. Eksekusi Program	80
4.2.4 Pengawasan dan Evaluasi	84
4.3. Pembahasan.....	91
4.3.1. Perencanaan Program	91
4.3.2. Akuisisi Program.....	97
4.3.3. Eksekusi Penayangan Program.....	101
4.3.4. Eksekusi Penayangan Program.....	104

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran	112
5.2.1. Saran Akademis	112
5.2.2. Saran Praktis	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	118
<i>CURRICULUM VITAE</i>	147

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Informan Wawancara.....	39
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	42
Tabel 4.1 Urutan Hasil TVR dan TVS April 2015	67
Tabel 4.2 Data Daily Comparison ANTV.....	86

DAFTAR BAGAN

2.1 Bagan Skema Kerangka Pemikiran.....	34
4.1 Bagan Struktur Organisasi ANTV	53
4.2 Bagan Struktur Organisasi Bolly Star Vaganza	57
4.3 Bagan Struktur Organisasi Cinta di Langit Taj Mahal.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Penurunan <i>Rating</i> Sinetron Siti Bling-bling	3
Gambar 1.2 Urutan Hasil TVR dan TVS Mahabharata	3
Gambar 1.3 Pernyataan pihak ANTV mengenai Bollystar dihentikan	5
Gambar 1.4 Pernyataan Audien Mengenai Penurunan TVR Bollystar.....	6
Gambar 1.5 Penurunan TVR Bollystar April.....	6
Gambar 1.6 TVR Bollystar Maret.....	6
Gambar 1.7 Hasil TVR dan TVS Peringkat Teratas Juli	7
Gambar 1.8 Hasil TVR Cinta di Langit Taj Mahal	8
Gambar 4.1 Logo ANTV	50
Gambar 4.2 Profil Program Bolly Star Vaganza.....	54
Gambar 4.3 Logo Bollystar.....	55
Gambar 4.4 Logo Cinta di Langit Taj Mahal.....	58
Gambar 4.5 Tayangan Program Bollystar.....	64
Gambar 4.6 Data TVR Tukang Bubur Naik Haji	65
Gambar 4.7 Urutan TVR April 2015	67
Gambar 4.8 Urutan TVR Januari 2016	67
Gambar 4.9 Hasil TVR Cinta di Langit Taj Mahal.....	68
Gambar 4.10 <i>Shooting</i> CDTM di India.....	69
Gambar 4.11 Cuplikan iklan disela tayangan CDTM.....	72
Gambar 4.12 <i>Event off air</i> ANTV Land.....	74

Gambar 4.13 Gambar iklan program CDTM.....	74
Gambar 4.14 Tayangan iklan TV promo CDTM.....	75
Gambar 4.15 Tayangan Program <i>Launching</i> CDTM.....	75
Gambar 4.16 <i>Screenshot</i> pernyataan Shaheer Selingkuh.....	87
Gambar 4.17 <i>Screenshot</i> Nabila Syakieb berhenti jadi artis.....	87
Gambar 4.18 Hasil TVR CDTM sesi dua	88
Gambar 4.19 <i>Screenshot</i> Opini Netizen terhadap Kantor.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	118
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Gunawan (Manager Akuisisi Program)....	125
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Said N. (Produser Bollystar)	138
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Ody Mulya (Produser CDTM)	141
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Rendy Rachmat (Tim Riset)	144
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Billy &Prima (Tim Promo & Marketing)	147
Lampiran 7. <i>Curriculum Vitae</i>	149