

**STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM DALAM
FILM TELEVISI “BIOSKOP INDONESIA”
DI PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA**

(Deskripsi Kualitatif Mengenai Strategi Pengembangan Program di PT. Televisi Transformasi Indonesia Pada Program Film Televisi Bioskop Indonesia)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

Oleh :

Ruben Adrian Septiadi

02 09 02023 / Komunikasi

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM DALAM
FILM TELEVISI “BIOSKOP INDONESIA”
DI PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA**

(Deskripsi Kualitatif Mengenai Strategi Pengembangan Program di PT. Televisi
Transformasi Indonesia Pada Program Film Televisi Bioskop Indonesia)

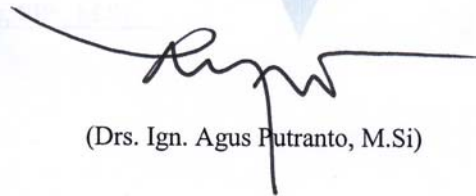
SKRIPSI

Disusun Oleh:

Ruben Adrian Septiadi

NIM : 02 09 02023/ Kom

Disetujui Oleh :



(Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Program Dalam Film Televisi “Bioskop Indonesia” Di PT. Televisi Transformasi Indonesia
(Deskripsi Kualitatif Mengenai Strategi Pengembangan Program di PT. Televisi Transformasi Indonesia Pada Program Film Televisi Bioskop Indonesia)

Penyusun : Ruben Adrian Septiadi

NIM : 02 09 02023/ Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/ tanggal : Rabu, 13 Januari 2010

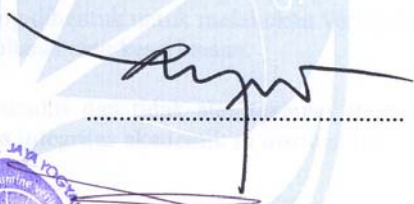
Pukul : 12.00 – 14.15 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi
FISIP UAJY

TIM PENGUJI

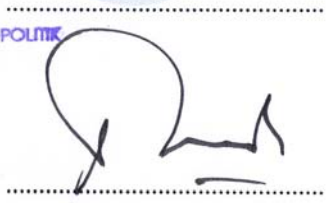
Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama



Dr. Lukas S. Ispandriarno, MA.

Penguji I



B. Satya Bharata, SIP., M.Si.

Penguji II

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ruben Adrian Septiadi
No. Mahasiswa : 02 09 02023/ Kom
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM DALAM FILM TELEVISI “BIOSKOP INDONESIA” DI PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA (Deskripsi Kualitatif Mengenai Strategi Pengembangan Program di PT. Televisi Transformasi Indonesia Pada Program Film Televisi Bioskop Indonesia)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

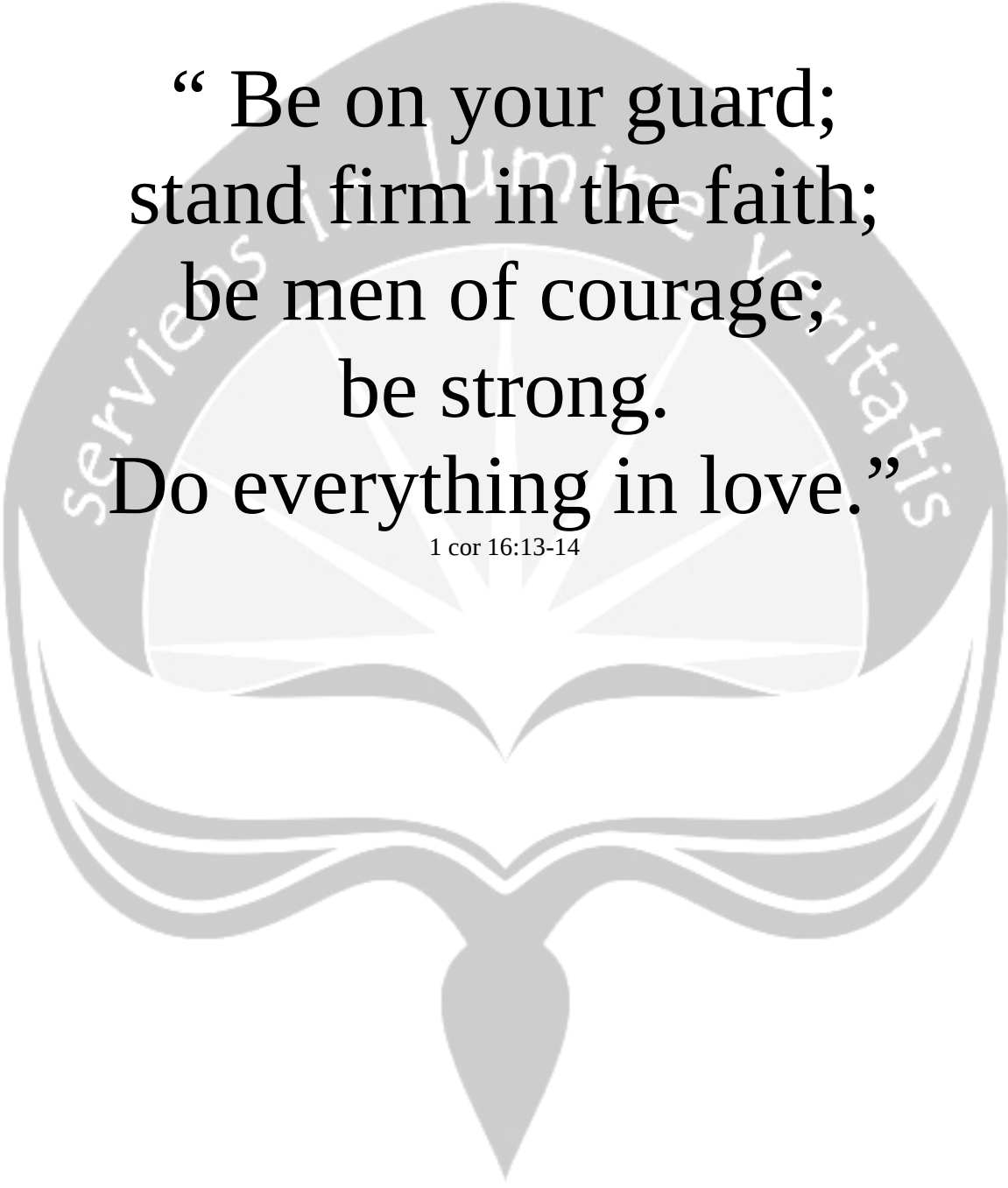
Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 28 Januari 2010



Saya yang menyatakan

HALAMAN MOTTO



“ Be on your guard;
stand firm in the faith;
be men of courage;
be strong.
Do everything in love.”

1 cor 16:13-14

HALAMAN PERSEMBAHAN

FOR MY LORD, JESUS CHRIST,
MY FAMILY, MOM, ICA, UNCLE KOTOT-AUNT
RIEN FAMILY.
AND MY LOVELY, LI.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang memberikan anugerah, hikmat, pengetahuan, jalan keluar dan kekuatan untuk bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM DALAM FILM TELEVISI BIOSKOP INDONESIA DI PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA** (Deskripsi Kualitatif Mengenai Strategi Pengembangan Program di PT. Televisi Transformasi Indonesia Pada Program Film Televisi Bioskop Indonesia)” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan pernah bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tak langsung, yaitu :

1. Bapa, Tuhan Yesus, dan Roh Kudus yang memberikan semua inspirasi, ide, konsep, kemampuan dan selalu memberikan jalan keluar untuk setiap masalah yang dihadapi. Bangga banget punya Tuhan seperti Engkau..(all glory for You, my Lord).
2. Untuk Om Kotot dan Tante Rien dan keluarga bekasi (Pinar, Kharis, Aam) yang memberikan support dalam segala hal, dari masuk kuliah sampai penulis menyelesaikan penulisan ini.
3. Mami dan Dek Ica yang selalu berdoa segenap hati kepada Tuhan dan mendukung penulis untuk selesainya kuliah ini.
4. Pak Agus Sambudi yang tidak tahu ada dimana, namun justru memberikan motivasi luar biasa di balik semua yang aku hadapi. Thnks Pap.

5. Lovely Li, Nurina Mustika S. sebagai kekasih, sahabat, partner, motivator yang selalu memberikan tuntutannya, makasih buat galaknya, teguran, kasih, doa, cinta, kasih sayang, dan semua hal indah dalam hidup ku. Bagi ku kamu adalah anugerah. Karena kamu skripsi ini bisa selesai. =) Yo siempre te amaré, vamos a ser felices y hacer gran familia.
6. Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si. yang masih memberikan saya kesempatan untuk menyelesaikan kuliah ini.
7. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, masukan dan bantuan dengan semua ide-ide yang kreatif hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. B. Satya Bharata, SIP., M.Si. selaku dosen pembimbing (skripsi dulu) dan penguji yang dengan setia mengingatkan, memberikan saran, memberikan motivasi untuk selalu maju dalam segala hal.
9. Dr. Lukas S. Ispandriarno, MA. selaku dosen penguji. Terima kasih buat masukannya.
10. Seluruh dosen FISIP UAJY yang sangat membantu penulis selama penulis kuliah di UAJY.
11. Seluruh petugas TU yang selalu memberikan dukungan selama penulis kuliah dan kerja di luar kota.
12. FISIP Komunikasi angkatan 2002 yang seperjuangan (Wawan, Tomy, Thomas, Joko, Fidi, Tongam, Nalen, Martin, Irine, Lia, Nirma, Cogus, Kamra, dll) special thanks to adi mbex (matur nuwun pak!).
13. Anak-anak Whatever (Samid, Yudhis, Peok, Dita, Kikoy, Rini) makasih ya..buat proses nya.

14. Global TV (teh Iin, Mbak Gerda, Kang Ajus, Mas Panca, Anne, Nova, Itok, Faizul) terima kasih buat semua kesempatan dan pembelajarannya.
15. Trans TV (Mas Tama, Mas Ndit, Pak Emil, Mas Harli, Mas Yudho, Mas Bisma, Heny, Cicis, Othi, BDP 6, Titha, anak pa dan kreatif drama, skrip editor dan semua teman2 di Trans TV)

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, maka kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat membantu penulis.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 28 Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Teori.....	8
2. Praktis.....	9
E. Kerangka Teori.....	9
F. Unit Penelitian.....	16
G. Keunikan Kasus.....	17
H. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19

I. Metode Penelitian.....	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Objek Penelitian.....	21
3. Ruang Lingkup Penelitian.....	21
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Tahapan Operasional Penelitian.....	27
6. Teknik Analisis Data.....	28

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Trans TV.....	30
1. Design Logo.....	30
2. Visi dan Misi.....	30
3. Manajemen Trans TV.....	30
4. Target Pemirsa.....	31
5. Isi Program.....	31
6. Siaran Trans TV.....	31
7. Investasi.....	35
8. Gedung Trans TV.....	35
9. Sumber Daya Manusia Trans TV.....	35
10. Teknologi Trans TV.....	36
11. Data Pendukung Trans TV.....	37
B. Divisi Drama Trans TV.....	38
1. Latar Belakang Divisi Drama.....	38
2. Keunikan Divisi Drama.....	39
3. Proses Kerja.....	40

4. Hasil Produksi.....	41
C. Bioskop Indonesia.....	43
1. Bentuk (Format) Program.....	43
2. Ringkasan Program.....	43
3. Tujuan Program.....	44
4. Sasaran Program.....	44
5. Personalitas Program.....	44
6. Struktur Program.....	45
7. Pembagian Segment.....	46
D. Definisi Konsep Utama.....	49
1. Konsep Utama yang akan diteliti.....	49
2. Strategi dan Taktik pengembangan program Bioskop Indonesia.....	49
3. Posisi dan Durasi On Air.....	50
4. Strategi dan Taktik dari Divisi Promo.....	50
5. Tingkat Loyalitas penonton.....	50
6. Tingkat Apresiasi terhadap program Bioskop Indonesia.....	51
 BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA	
A. Temuan Data.....	52
1. Konsep Film Televisi Bioskop Indonesia.....	52
2. Produksi Program FTV Bioskop Indonesia.....	54
2.1. Proses Kreatif.....	56
2.2. Proses Pengembangan Cerita.....	58
3. Proses Produksi Bioskop Indonesia.....	58
3.1. Pra Produksi.....	63

3.2. Proses Syuting.....	68
3.3. Proses Editing.....	76
4. Tugas dan Tanggung Jawab Team Produksi Bioskop Indonesia.....	81
4.1. Produser Eksekutif (<i>Executive Producer</i>).....	81
4.2. Produser (<i>Producer</i>).....	81
4.3. Produser Madya (<i>Associate Producer</i>).....	82
4.4. Kreatif (<i>Creative</i>).....	82
4.5. Asisten Produksi (<i>Production Asisstant</i>).....	83
4.6. DOP (<i>Director Of Photographer</i>).....	83
4.7. Camera Person (<i>Cameraman</i>).....	84
4.8. UPM (<i>Unit Production Manager</i>).....	84
4.9. <i>Talent</i>	85
4.10. PCDC (<i>Production Creative Development Center</i>).....	85
4.11. Editor.....	85
4.12. <i>Audio Man</i>	86
4.13. <i>Lighting Man</i>	86
4.14. Sutradara.....	86
4.15. Asisten Sutradara Satu.....	88
4.16. Asisten Sutradara Dua.....	89
5. <i>Breakdown</i> Naskah.....	90
5.1. <i>Master Breakdown</i>	93
5.2. <i>Lokasi Breakdown</i>	95
5.3. <i>Daily Breakdown</i>	96
6. Strategi Pengembangan Program Bioskop Indonesia.....	98
6.1 Pengembangan Konsep.....	100

6.2 Pengembangan Pra Produksi.....	100
6.3. Pengembangan Proses Syuting.....	101
6.4. Pengembangan <i>Editing</i>	102
6.5. Pengembangan Analisis <i>Rating & Share</i>	104
7. Tujuan Strategi pengembangan program Bioskop Indonesia.....	106
8. Evaluasi Strategi pengembangan Program Bioskop Indonesia.....	110
B. Hasil Penelitian.....	116
1. Film Televisi Biokop Indonesia.....	116
2. Strategi Pengembangan Program Bioskop Indonesia.....	125
2.1. Konsep Program.....	129
2.2. Pembuatan Naskah dan Pemilihan Pemain.....	132
2.3. Proses Produksi dan Format Program.....	137
3. Analisis Rating dan Share Program.....	142
3.1. Rating dan Share.....	144
3.1.1. <i>TV Rating (TVR/ Rating)</i>	145
4.1.2. <i>TV Audience Share (SHARE)</i>	145
4. Hasil Pengembangan Program.....	157
5. Kelemahan dan Kekuatan Strategi Pengembangan Program Bioskop Indonesia.....	160
5.1. Kekuatan Strategi Pengembangan Program Bioskop Indonesia.....	160
5.2. Kelemahan Strategi Pengembangan Program Bioskop Indonesia.....	168

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....173

B. Saran.....182

DAFTAR PUSTAKA.....189

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

1. Profil penonton Bioskop Indonesia-Baju Seragam Anak Pemulung.
2. Daily Minute Bioskop Indonesia- Baju Seragam Anak Pemulung.
3. Tabel Rating dan Share stasiun TV. 0908.
4. Pertanyaan interview kualitatif.
5. Hasil interview kualitatif.



ABSTRAKSI

Strategi Pengembangan Program Dalam Film Televisi “Bioskop Indonesia”
Di PT. Televisi Transformasi Indonesia (Deskripsi Kualitatif Mengenai Strategi
Pengembangan Program di PT. Televisi Transformasi Indonesia Pada Program Film
Televisi Bioskop Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi pengembangan program yang dilakukan dalam FTV Bioskop Indonesia oleh PT. Televisi Transformasi Indonesia. Program Bioskop Indonesia merupakan satu-satunya program FTV yang dilakukan oleh *in-house production* Trans TV dan mempunyai *rating* dan *share* yang baik. Maka pada skripsi ini ingin dibahas bagaimana strategi komunikasi dan proses produksi yang dilakukan dalam FTV Bioskop Indonesia selama bulan Agustus 2009-September 2009. Selama bulan itu penulis ingin membahas strategi komunikasi yang terjadi dalam pengembangan program yang berkaitan dengan proses produksi program tersebut secara langsung. Rencana dan proses produksi dari Bioskop Indonesia untuk terus bertahan dengan konsep dan proses produksi yang berbeda dengan *Production House* serta munculnya kompetitor program lain dalam jam penayangannya, merupakan bagian dari strategi dan pengembangan program yang akan dilakukan oleh PT. Televisi Transformasi Indonesia.

Dari hasil penelitian dan analisa yang penulis lakukan, strategi pengembangan yang dilakukan oleh FTV Bioskop Indonesia dilakukan dalam setiap proses produksi. Setiap aspek produksi dari pra, proses syuting dan paska produksi pengembangan strategi dilakukan dengan tetap mengacu kepada konsep dari utama setiap cerita yang di sajikan. Setiap orang yang ada di dalam proses produksi memegang peranan penting dalam menjalin komunikasi antara satu dengan yang lain untuk mewujudkan strategi pengembangan tersebut. Munculnya *rating* dan *share* merupakan sebuah nilai ukur keberhasilan program dalam sebuah TV, termasuk FTV Bioskop Indonesia.

Akhirnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk membantu PT. Televisi Transformasi Indonesia dalam mengetahui dan melakukan evaluasi dalam strategi pengembangan program yang dilakukan dalam program Bioskop Indonesia. Penulis juga berharap hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi kepada peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.