



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING

Nama : Bery Hari Nelwan
NIM : 44109010196
Judul : Strategi Program *Parade Film Pendek* di MNC Movie dalam Meningkatkan *Rating* dan *Share* (Periode Maret 2013)
Halaman : i-xiv, 1-90, Gambar 2.1, 4.1-4.3, Tabel 4.1-4.3, dan 31 halaman lampiran
Bibliografi : 24 buku (1982-2013), dan sumber lainnya, www.mnccgroup.com

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi informasi, khususnya televisi, membuat dunia semakin hari semakin dekat saja meskipun arus informasi yang mengalir tersebut akan mempunyai dampak. Baik itu positif maupun negatif. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi. *Parade Film Pendek*, merupakan tayangan yang berisi kumpulan film-film pendek yang dijadikan satu *package* program dan memiliki tema-tema yang menarik seperti sosialis, idealis, artistik, dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Program yang diterapkan oleh divisi *Programming* MNC Channels terhadap tayangan *Parade Film Pendek* dalam meningkatkan *rating* dan *share*. Dan periode yang digunakan adalah bulan Maret 2013.

Strategi merupakan bagian dalam proses perencanaan, maka untuk merencanakan suatu tujuan dibutuhkan strategi yang tepat sehingga tercapai tujuan tersebut. Pada penelitian ini strategi yang digunakan adalah strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, melalui tahap perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program dan evaluasi dan pengawasan program.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif, dengan pendekatan kualitatif yang menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial. Metode yang digunakan adalah Metode Studi Kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber dari divisi *Programming* MNC Channels terhadap tayangan *Parade Film Pendek*. Melakukan Observasi dan menggunakan metode dokumenter yaitu dengan mencatat, merekam, memperoleh data dari artikel, literatur, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian dan pembahasan ini menunjukkan bahwa target yang sudah dicapai pada tahap perencanaan program *Parade Film Pendek* adalah target slots program, dan target audiens serta target penjadwalan program sedangkan yang belum tercapai adalah target pembelian. Dan performa *rating* dan *share* program *Parade Film Pendek* pada bulan Maret 2013 menurun dan masih belum tercapai.