



**PERAN TIM KREATIF RUMAH PRODUKSI KOmando
PRODUCTION DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM HIBURAN TV
(Periode November – Desember 2009)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Di Susun Oleh :

EDWIN SUGIYONO

44105010148

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Edwin Sugiyono
NIM : 44105010148
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Tim Kreatif Rumah Produksi KOMando Production Dalam
Proses Produksi Program Hiburan Tv Periode November-
Desember 2009

Jakarta, Maret 2010

Pembimbing I

(Drs Riswandi M.Si)

Pembimbing II

(Ponco Budi Sulistyو. M.Comn)

Mengetahui,
Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Ponco Budi Sulistyو. M.Comn)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Edwin Sugiyono
NIM : 44105010148
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Tim Kreatif Rumah Produksi KOMando Production Dalam
Proses Produksi Program Hiburan Tv Periode November-
Desember 2009

Jakarta, Maret 2010

1. Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid Umarella
2. Penguji Ahli
Cornel Pangaribuan, S.Ikom
3. Pembimbing I
Drs Riswandi M.Si
4. Pembimbing II
Ponco Budi Sulisty, M.Comn

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Edwin Sugiyono
NIM : 44105010148
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Tim Kreatif Rumah Produksi KOMando Production Dalam
Proses Produksi Program Hiburan Tv Periode November-
Desember 2009

Jakarta, Maret 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing I

(Drs Riswandi M.Si)

Pembimbing II

(Ponco Budi Sulisty M.Comn)

Mengetahui,

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Ponco Budi Sulisty M.Comn)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Edwin Sugiyono
NIM : 44105010148
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Tim Kreatif Rumah Produksi KOMando Production Dalam
Proses Produksi Program Hiburan Tv Periode November-
Desember 2009

Jakarta, Maret 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing I

(Drs Riswandi M.Si)

Pembimbing II

(Ponco Budi Sulistyono. M.Comn)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.A)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan dan rahmatnya ditengah keterbatasan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian mengenai **”Peran Tim Kreatif Rumah Produksi Komando Production Dalam Proses Produksi Program Hiburan TV”** periode November – Desember 2009 tepat pada waktunya.

Penelitian ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat memperoleh Gelar Sarjana 1 (S-1) Komunikasi Bidang studi Broadcasting Universitas Mercu Buana. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas dan peran serta mahasiswa dalam pembangunan nasional.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya serta Sholawat dan Salam penulis ucapkan keharibaan Nabiyyuna Muhammad SAW.
2. Bapak Riswandi, M.Si, selaku pembimbing skripsi pertama dan Bapak Ponco Budi Sulistyio M.Comn selaku pembimbing skripsi kedua yang sangat membantu penulis dalam penulisan karya ilmiah ini baik secara sistematis maupun substansial.
3. Pihak KOMando Productions yang di komandani oleh Bapak Eko Hendro Purnomo (Mas Eko Patrio) yang telah memberikan kesempatan kepada

penulis untuk magang di ” Pos ” idenya. Serta Ibu Tri Haryanti selaku Direktur Utama yang telah mengizinkan penulis untuk menimba ilmu dan mengaplikasikan pengetahuannya mengenai *Broadcasting* kedalam KOMando Productions. Bapak Iqbal Rasyid selaku Direktur Produksi yang selalu memantau dan memperhatikan penulis dalam keterlibatannya di beberapa program produksi KOMando. Bapak Muchtar Luthfi (Bang Upie) dengan ”dibawa santai aja” selaku Manajer Produksi yang menempatkan posisi penulis didalam Divisi Kreatif yang sangat bermanfaat bagi penulis. Tidak lupa juga kepada Ibu Neneng Rasyidah dan Bapak Sofyan Efendi selaku Produser Barang Bekas Selebritis Global TV dan The Promotor Trans TV yang telah mengizinkan penulis untuk terlibat dalam proses produksi program-programnya. Kemudian kepada Bapak Rakhmat D Chili (Bang Chili) selaku *Head Of Creatif* yang selalu memberikan motivasi terhadap penulis selama disana yang ide-idenya benar pedas sesuai dengan Chili. Tidak lupa dan tidak akan pernah lupa oleh Bapak Sofyan Efendi (Mas Sofie) Dan Bapak Mi’ang (Bang Mi’ang) selalu memberikan bimbingan serta arahan dan pelajaran yang sangat berguna untuk penulis ataupun juniornya dalam ”menulis” ide dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

4. Bapak & Ummi (*my lovely parents*), Kakak-kakakku tersayang (Ita Kusmiati, Eti Ismiati, Dedi Munandar dan Agung Budiarto serta para keponakanku), Bapak Sudirjo (Om Jojo) Dan Mamah Yayat & Babeh Awie serta Bunda Bahadur dan Linggar yang memberikan kesempatan serta semangat kepada penulis selama penelitian berlangsung.

5. Sahabat-sahabatku : Viktor, Joa, Ivan, Wiwiet widya, Hasta Onta, Ginanjar, Deny, Yuda, dan semua Teman-teman yang telah memberikan semangat moril kepada penulis.
6. Teman-teman seperjuangan Fikom Broadcasting Universitas Mercu Buana 2005,
7. Semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi para pembaca.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dorongan, dan kerjasam dari semua pihak .

Jakarta, Maret 2010

Hormat Saya.

Edwin Sugiyono

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Signifikansi Penelitian	6
1.4.1. Signifikansi Akademis	6
1.4.2. Signifikansi Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa	8
2.1.1. Teori-teori Dasar Komunikasi Massa	8
2.1.2. Pendekatan Transmisional	9
2.1.3. Pengertian Komunikasi Massa	10
2.1.4. Proses Komunikasi Massa	12
2.1.5. Karakteristik Komunikasi Massa	13
2.1.6. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Massa	15
2.2. Televisi Sebagai Media Massa	18
2.2.1. Pengertian Televisi	18
2.2.2. Karakteristik Media Televisi	23
2.2.3. Kelebihan dan Kekurangan Televisi	23

2.2.4	Fungsi Media Televisi	25
2.2.5	Isi Siaran Televisi	27
2.3.	Program Televisi	27
2.3.1	Pengertian Program Televisi	28
2.3.2	Tujuan Program	28
2.3.3	Jenis-jenis Program Televisi	29
2.3.4	Proses Pemrograman	30
2.3.5	Daya Tarik / Nilai Jual Program Televisi	31
2.4.	Proses Produksi Program	31
2.4.1	Manajemen	32
2.4.2	Proses Pra Produksi	36
2.4.3	Proses Produksi	37
2.4.4	Proses Paska Produksi	37
2.5.	Program Hiburan	37
2.5.1	Jenis Program Hiburan	38
2.5.2	Sumber Program	40
2.6.	Rumah Produksi	40
2.6.1	Bentuk Kerjasama	41
2.6.2	Pencarian Pemain	42
2.7.	Peran	43
2.8.	Tim Kreatif	43
2.8.1	Tugas Tim Kreatif	45
2.8.2	Kreativitas Acara	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe atau Sifat Penelitian	52
3.2	Metode Penelitian	53
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	54
3.3.1	Data Primer	54
3.3.2.	Data Sekunder	54
3.4.	Key Informan	55

3.5. Definisi Konsep	56
3.6. Fokus Penelitian	57
3.7. Teknik Analisa Data	58

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Rumah Produksi Komando	
Production	60
4.1.1 Visi dan Misi KOMando Group	61
4.1.1.1 Visi Komando Group	61
4.1.1.2 Misi Komando Group	61
4.1.2 Logo Komando Production	62
4.1.3 Departemen Produksi	63
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Gambaran Umum Program Acara	
“THE PROMOTOR” Trans TV	64
4.2.1.1 Konsep Program Acara	65
4.2.1.2 Target Audiens	67
4.2.1.3 Rating dan Share	68
4.2.1.4 Struktur Kerabat kerja	69
4.2.2 Gambaran Umum Program Acara	
” BARANG BEKAS SELEBRITI” Global TV	73
4.2.2.1 Konsep Program Acara	79
4.2.2.2 Target Audiens	75
4.2.2.3 Rating dan Share	77
4.2.2.4 Struktur Kerabat Kerja	77
4.3 Tim Kreatif	80
4.4 Pembahasan	81
4.4.1 Peran Tim Kreatif Rumah Produksi Komando	
Production Saat Proses Pra Produksi	83
4.4.2 Peran Tim Kreatif Rumah Produksi Komando	

Production Saat Proses Produksi	86
4.4.3 Peran Tim Kreatif Rumah Produksi Komando	
Production Saat Proses Paska Produksi	96

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	106

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
BIODATA