



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PROGRAM KUIS JEDA KOMERSIAL
UNTUK MEMPERTAHANKAN RATING/SHARE
SINETRON PRIMETIME TELEVISI DI RCTI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi Program Studi Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Edi Pribadi

44113110071

Jurusan: Penyiaran

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul STRATEGI PROGRAM KUIS JEDA KOMERSIAL
UNTUK MEMPERTAHANKAN RATING/SHARE
SINETRON PRIMETIME TELEVISI DI RCTI
Nama Edi Pribadi
NIM 44113110017
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting/Penyiaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 20 Januari 2018

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr Afdal Makkuraga, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROGRAM KUIS JEDA KOMERSIAL
UNTUK MEMPERTAHANKAN RATING/SHARE
SINETRON PRIMETIME TELEVISI DI RCTI

Nama : Edi Pribadi

NIM : 44113110071

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting/Penyiaran

Jakarta 20 Januari 2018

Mengetahui,

Ketua Sidang
Drs. Dadan Iskandar, M.Si

)

Penguji Ahli
Drs. Riswandi, M.Si

)

Pembimbing Skripsi
Dr Afdal Makkuraga, M.Si

)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul STRATEGI PROGRAM KUIS JEDA KOMERSIAL
UNTUK MEMPERTAHANKAN RATING/SHARE
SINETRON PRIMETIME TELEVISI DI RCTI

Nama Edi Pribadi

NIM 44113110071

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting/Penyiaran

Jakarta 20 Januari 2018
Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing



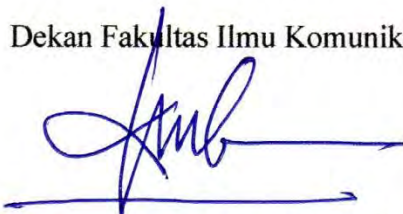
(Dr Afdal Makkuraga, M.Si.)

Ketua Program Studi Broadcasting



(Dr Afdal Makkuraga, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, PhD)

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas yang cukup berat ini, diantara kesibukan tugas kantor dan usia yang sudah tidak muda lagi. Dan dalam kesempatan ini, adalah penghargaan yang besar bagi saya untuk dapat menyampaikan ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan :

1. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si, selaku Kepala Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana Jakarta, sekaligus selaku dosen pembimbing utama penulis, yang telah membimbing tanpa letih, mengorbankan waktu, mencurahkan ilmu dan mengingatkan penulis dengan penuh kesabaran.
2. Bapak Drs. Dadan Iskandar, M.Si, selaku Ketua Dosen Penguji penulis, yang telah menguji tanpa letih, mengorbankan waktu, mencurahkan ilmu, mengingatkan dan menguji penulis dengan penuh kearifan
3. Bapak, Riswandi, M.Si selaku dosen penguji penulis, yang telah mengorbankan waktu, mencurahkan ilmu dan mengingatkan penulis dengan penuh kesabaran.
4. Bapak Ir. H. Saptono Soebagyo dan Ibu Endang Setyaningsih, selaku Produser Eksekutif & mantan Produser RCTI, Mas Kiki Radiansyah selaku anggota tim Kreatif Kuis, Mba Kanty Wijaya M.Si, selaku salah

satu *host* kuis, Galih, Yosep dan Faisal selaku tim Production Assistant, serta seluruh staf Produksi Program acara Kuis Jeda Iklan/Commercial Break, yang telah menyediakan waktu untuk wawancara dan berdiskusi dengan penulis.

5. Bapak Koento Wibisono selaku Dept. Head R&D Programming Div RCTI, Ibu Happy dari Analist Programming RCTI, Bapak Budi Santoso dan Bapak Anwar Bey Siregar selaku Head SPM Marketing Division RCTI, yang telah bersedia untuk wawancara dan berdiskusi dengan penulis.
6. Bapak Untung Pranoto, S.Ikom, selaku Senior VP Production Division RCTI, yang sejak awal sangat mensupport kegiatan perkuliahan penulis.
7. Bpk. Antonov Dwi Putra dari PT Pharos Indonesia dan Mba Kanty Wijaya salah satu presenter Kuis, yang berkenan di wawancarai.
8. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
9. Para Dosen jurusan broadcasting yang telah memberikan bimbingan, pengalaman dan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di FIKOM Universitas Mercu Buana, serta seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana atas bantuannya dalam pembuatan surat-surat, perlengkapan dokumen dan penjadwalan sidang *outline* dan skripsi penulis.

10. Kepada satu satunya orang tua tercinta, Ibu Hj. Sukaryati Daryaatmaka, yang setiap saat mendoakan, mendukung moril dan materiil untuk skripsi ini.
11. Kepada kakak-kakakku terkasih, Ir. H. Pudja Sunasa, Hj. Wiwiek Widyasari Sunasa, Capt.Pnb. H. Roberto Warsito, Hj. Dina Dwikaryantie, Ir. H. Bambang Daryaatmaka, MBa, Hj. Lika Amalia, SE, Ir. H. Iwan DS, Mba dan Meggie, SE. Adik-adikku: Eka Aulia S.I.kom, Ardhi Firmansyah S.I.kom, Putri Andini S.I.kom, Rosmila S.I.kom yang selalu mendukung secara moril dan materiil untuk dapat selesainya skripsi ini, serta yang terkasih dua buah hatiku sebagai motivator utamaku: ananda Satria Baghaswara Pribadi dan ananda Aquira Bellinda Pribadi, semoga dapat lebih baik lagi dalam hal prestasi pendidikan akademisnya.
12. Teman-teman angkatan tahun 2013, FIKOM Broadcasting Universitas Mercu Buana Jakarta.
13. Seluruh keluarga dan rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan dan doa yang diberikan kepada penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi penulis maupun pembaca. Akhirnya, penulis hanya dapat berdoa semoga kebaikan semua pihak yang telah diberikan kepada penulis, dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang terbaik, lahir-bathin, dunia wal akhirat. Amiin Yra.

Jakarta, Januari 2018
Edi Pribadi Daryaatmaka
Nim: 44113110071/2013

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teoritis	7
2.1.1 Komunikasi	7
2.1.2 Komunikasi Massa	8
2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa	9
2.1.4 Isi Pesan Komunikasi	12
2.1.5 Fungsi dan Tujuan Komunikasi Massa	14
2.2 Manajemen Penyiaran Stasiun Televisi	16
2.3 Televisi	23
2.3.1 Karakteristik Televisi	28
2.3.2 Fungsi Media Televisi Bagi Masyarakat Sosial	31

2.4 Program Televisi	32
2.4.1. Program Kuis Komersial durasi tiga menit	35
2.5 Produksi Program televisi	36
2.5.1 Proses/Tahapan Produksi Program Televisi	36
2.6 Audiences, Rating dan Share	40
2.7 Jeda Iklan/Commercial Break	43
2.8 Strategi Programming Televis	44
2.8.1. Televisi dan Industri Pertelevision	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	55
3.2 Paradigma Penelitian	57
3.3 Informan Penelitian	58
3.4 Deskripsi Informan	62
1) Informan Kunci (<i>Key Informan</i>)	62
2) Informan Utama	65
3) Informan Pendukung	66
3.5 Jenis Data	68
3.6 Teknik Pengumpulan Data	69
3.6.1 Teknik Wawancara	69
3.6.2 Teknik Observasi	71
3.6.3 Teknik Dokumentasi	72
3.7 Teknik Analisis Data	73
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	75
3.9 Lokasi Penelitian	76
3.10 Jadwal Penelitian	77

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
--	----

4.1.2	Profil Stasiun TV	78
4.1.2	Sejarah dan Perkembangan RCTI	79
4.1.3	Visi, Misi dan Tiga Pilar Utama	82
4.1.3.1	Visi.....	82
4.1.3.2	Misi	82
4.1.3.3	Tiga Pilar Utama.....	83
4.1.4	Logo RCTI.....	83
4.1.5	Manajemen RCTI.....	84
4.2	Program Acara Kuis Jeda Iklan/Commercial Break	85
4.2.1	Target Khalayak	99
4.2.1.1	Jenis Kelamin	99
4.2.1.2	Usia	100
4.2.2	Logo Obb Kuis Jeda Iklan/CommBreak	100
4.2.3	Struktur Organisasi Produksi Program Kuis Jeda Iklan	100
4.2.4	Pihak Sponsor Pendukung Program.....	101
4.2.5	Job Description Team dalam program Acara Kuis Jeda Iklan/CommBreak	102
4.3	Pembahasan	107
4.4.1	Proses Produksi program Acara Kuis Jeda Iklan	116
4.4.1.1	Tahap Praproduksi	117
4.4.1.2	Tahap Produksi	118
4.4.1.3	Tahap Pascaproduksi	120
4.4.2	Analisis Data	122
4.4.2.1	Analisis Proses pra produksi	122
4.4.2.2	Analisis Tahapan Produksi	123
4.4.2.3	Analisis Tahapan pasca Produksi	124
4.4.2.4	Bagan Proses Produksi Pada tahapan Produksi....	125
4.4.3.	Peran Host dalam Program Kuis Jeda Iklan	126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	129
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Saran Teoritis	131
5.2.2 Saran Praktis	132
Daftar Pustaka	133
Sumber Informan.....	135
Sumber Internet	135

LAMPIRAN I

Pedoman Wawancara	136
Key Informan: Eksekutif Produser	136
Informan Utama: Tim Kreatif	137
Informan Pendukung I: Client	138
Informan Pendukung II: R & D Programming.....	138
Informan Pendukung III: Host	139

LAMPIRAN II

Transkripsi Hasil Wawancara	140
Wawancara: Eksekutif Produser.....	140
Wawancara: Tim Kreatif.....	156
Wawancara: Client.....	162
Wawancara: R & D Programming.....	166
Wawancara: Host.....	171
Curriculum Vitae/CV Penulis	174

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Daftar Informan	61
Tabel 3.2	Jadual Penelitian 2017.....	77
Tabel 4.1	Daftar Direktur Utama RCTI.....	84
Tabel 4.2	Struktur Dewan Direksi RCTI saat ini	84
Tabel 4.3	Struktur Dewan Komisaris RCTI saat ini.....	85
Tabel 4.4	Data Rating/Share Kuis, Kompilasi AC Nielsen	91
Tabel 4.5	Struktur Organisasi Kuis Jeda Iklan RCTI	100
Tabel 4.6	SponsorPendukung Program Kuis Jeda Iklan.....	101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	40
Gambar 3.1	Foto Wawancara Eksekutif Produser.....	64
Gambar 3.2	Foto Tim Kreatif bekerja	65
Gambar 3.3	Foto Wawancara tim R & D Programming	66
Gambar 3.4	Foto Wawancara tim Client	67
Gambar 3.5	Foto Wawancara dengan Host.....	68
Gambar 4.1	Logo RCTI.....	83
Gambar 4.2	Logo & Capture TeleKuis Jari-Jari	86
Gambar 4.3	Disain Set & Capture Kuis IM3	88
Gambar 4.4	Kamera Tele Prompter	96
Gambar 4.5	Set Halte Studio 1	98
Gambar 4.6	Set Booth Mall Studio 1.....	98
Gambar 4.7	Set Apotik I Studio 1	98
Gambar 4.8	Set Ruang Tamu Studio 1	98
Gambar 4.9	Set Apotik II Studio2	98
Gambar 4.10	Set Paket Hemat (PaHe) Studio 2	98
Gambar 4.11	Set Non Image Immersive.....	99
Gambar 4.12	Set dengan Image Immersive	99
Gambar 4.13	Logo Obb Kuis Jeda Iklan	100
Gambar 4.19	Foto Lokasi Studio 1 & 2 Kuis Jeda Iklan.....	110
Gambar 4.20	Foto Kegiatan Ruang Editing Paska Produksi	118
Gambar 4.21	Foto Suasana Shooting Kuis	120
Gambar 4.22	Foto Suasana Evaluasi tim Kuis	121

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Struktur Organisasi Televisi Morissan.....	19
Bagan 2.2	Kerangka Pemikiran.....	39
Bagan 2.3	Hubungan Televisi, Pengiklan & Audience.....	48
Bagan 4.1	Proses Produksi.....	125



UNIVERSITAS
MERCU BUANA