



**STRATEGI PROGRAMING TV BERLANGGANAN OLEH
PT. INDONESIA ENTERTAINMENT GRUP**

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS
ARIO PRINGGO NURRATMO
44116010098
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ario Pringgo Nurratmo

Nim : 44116010098

Jurusan : Broadcasting

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **STRATEGI PROGRAMING TV BERLANGGANAN OLEH
PT.INDONESIA ENTERTAINMENT GRUP**

Dengan ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 10 September 2020



Ario Pringgo Nurratmo

Mengetahui,

Pembimbing



(Bagus Rizki Novagyatna S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi
Broadcasting



(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI *PROGRAMING* TV BERLANGGANAN OLEH
PT.INDONESIA ENTERTAINMENT GRUP**

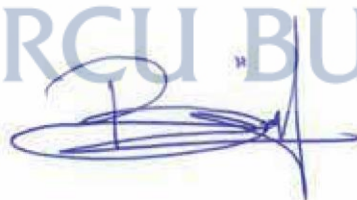
Nama : Ario Pringgo Nurratmo
Nim : 44116010098
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 10 September 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Bagus Rizki Novagyatna S.Ikom, M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PROGRAMING TV BERLANGGANAN OLEH
PT.INDONESIA ENTERTAINMENT GRUP**

Nama : Ario Pringgo Nurratmo
Nim : 44116010098
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 10 September 2020

Ketua Sidang

Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

Penguji Ahli

Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D

Pembimbing

Bagus Rizki Novagyatna S.Ikom, M.Ikom



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PROGRAMING TV BERLANGGANAN OLEH
PT.INDONESIA ENTERTAINMENT GRUP**

Nama : Ario Pringgo Nurratmo
Nim : 44116010098
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 10 September 2020

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi
Broadcasting



(Bagus Rizki Novagyatna, M.Ikom)



(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Ario Pringgo Nurratmo
44116010098

STRATEGI PROGRAMING TV BERLANGGANAN OLEH PT. INDONESIA
ENTERTAINMENT GRUP

Jumlah Halaman : 135 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 15 Buku + 7 Jurnal + 4 Sumber lain

ABSTRAK

PT. IEG cukup cermat dalam melihat peluang dalam mendirikan *channel-channel* untuk TV berlangganan yang secara khusus hanya menayangkan program-program pilihan berdasarkan *rating*. Berdasarkan latar belakang diatas penulis melakukan penelitian membahas tentang strategi programing TV berlangganan oleh PT. Indonesia Entertainmen Grup.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui bagaimana strategi program siaran dan penjadwalan pada *channel* yang dimiliki oleh PT. Indonesia Entertainment Grup agar bisa bersaing dengan *channel* televisi berlangganan lainnya, pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara kepada narasumber dan observasi.

Hasil penelitian ini membahas strategi programming agar dapat ditonton banyak orang menggunakan beberapa strategi yaitu *tentpoling*, *blocking programming*, *Lead-off*, *stripping*, *rerun programme*, dan *dedicate slot*. Dalam menentukan program apa saja yang akan ditayangkan setiap harinya membagi kategori program menjadi 3 yaitu: *fresh*, *original*, dan *re-run*.

Kata Kunci : *Strategi, Televisi Berlangganan, Programming*

Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Major in Broadcasting
Ario Pringgo Nurratmo
44116010098

***PROGRAMMING STRATEGY OF SUBSCRIPTION TELEVISION BY
INDONESIA ENTERTAINMENT GROUP***

Total Pages : 135 Pages + Attachment
Bibliography : 15 Books + 7 Journal + 4 Other Sources

ABSTRACT

PT. IEG is quite careful in seeing opportunities in set up TV channels for subscription which specifically focus on ratings through broadcasts selected programs. Based on the above background, the authors conducted research discuss the TV subscription programming strategy by PT. Indonesia Group Entertainment. This research was conducted to determine how the broadcast program strategy and scheduling on the channel owned by PT. Indonesia Entertainment Group in order to compete with other subscription television channels, this approach uses a qualitative approach with descriptive research type. The research method used is a case study by conducting interviews with some sources and observation. The results of this study is the program strategies effect to many people can watch them by creating a pattern for broadcast program categories for 24 hours, which are divided into several categories such as original, fresh, and re-run programs. It also using programming strategies such as tentpoling, blocking programming, lead-off, stripping, rerun program, and dedicate slots.

Keywords: Strategy, Subscription Television, Programming

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.

Sholawat serta salam semoga tercurah atas Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya, serta semoga semua umatnya senantiasa dapat menjalankan syari'at-syari'atnya, aamiin.

Terima kasih kepada Keluarga saya tercinta Bapak Suratmo dan Ibu Puji Rahayu yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, baik dalam bentuk moril maupun materil, serta kasih sayang kepada penulis dan doa yang tiada henti-hentinya dipanjatkan untuk penulis. Terima kasih pula kepada kakak, dan adik saya, serta teman-teman yang berada di dunia maya untuk selalu menghibur dan menyemangati selama penyusunan skripsi ini.

Penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Programing TV Berlangganan Oleh PT.Indonesia Entertainment Grup”**, ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dan prasyarat mendapatkan gelar S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan skripsi ini banyak kekurangannya mengingat terbatasnya kemampuan penulis, namun berkat rahmat Allah SWT, serta pengarahan dari berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan semuanya, skripsi ini dapat diselesaikan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan bersama. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Bagus Rizki Novagyatna, S.Ikom, M.Ikom selaku pembimbing skripsi, terima kasih telah membimbing saya dengan sangat baik, sehingga bimbingannya dapat sangat berguna bagi penulis.

2. Prof. Dr Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting.
6. Bapak Rahmadya Putra Nugraha, M.Si dan Ibu Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Rika Yessica Rahma, M.Ikom selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan saran serta bimbingannya selama peneliti berkuliah di Universitas Mercu Buana.
8. Semua Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Broadcasting, yang tidak dapat penulis tulis satu persatu terima kasih atas bimbingan dan pengajarannya. Ilmu kalian sangat bermanfaat bagi penulis, Semoga dapat berguna di dunia pekerjaan nanti.
9. Cahya puteri, Reza Ramadhan, Luthfi Maulana, dan Vivi astania sebagai teman yang selalu membantu dan membimbing selama penelitian berlangsung.
10. Semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini telah penulis susun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini, penulis mohon kritik dan saran, karena setiap manusia tidak ada yang sempurna, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata. Semoga skripsi ini akan memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 3 juli 2020

Ario Pringgo Nurratmo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI... ..	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI... ..	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Akademis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teoritis.....	17
2.2.1. Televisi.....	17
2.2.1.1. Fungsi Televisi	19
2.2.1.2. Format Program Televisi.....	21
2.2.2. Televisi Berlangganan	22
2.2.3. Progaming Televisi.....	25
2.2.4. Strategi Program TV	30

2.2.5.	Strategi Produksi Program TV.....	34
2.2.6.	Strategi	38
2.2.6.1.	Tipe-Tipe Strategi.....	40
2.2.6.2.	Sifat Strategi	41
2.2.7.	Dasar-Dasar Manajemen.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1.	Paradigma Penelitian.....	44
3.2.	Metode Penelitian.....	45
3.3.	Subyek Penelitian.....	47
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1.	Data Primer	47
3.4.2.	Data Sekunder.....	49
3.5.	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1.	Profil PT. Indonesia Entertainment Grup	54
4.1.1.	Sejarah Singkat PT. Indonesia Entertainment Grup	54
4.1.2.	Visi dan Misi PT. IEG.....	58
4.1.3.	Struktur Organisasi PT. IEG	59
4.1.4.	Deskripsi Jabatan PT. IEG	59
4.2.	Hasil Penelitian	65
4.2.1.	Strategi Programming	65
4.2.2.	Strategi Produksi Program	68
4.2.3.	Manajemen Program	74
4.2.4.	Format Programming Televisi	75
4.2.5.	Faktor pendukung dan Penghambat	77

4.3. Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN.....	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran.....	86
5.2.1. Saran Akademis	86
5.2.2. Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4.1. Pattern Slot Duration.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data pertumbuhan Tv berlangganan	3
Gambar 4.1. Logo PT.Indonesia Entertainment Grup.....	54
Gambar 4.2. Channel di PT.IEG.....	56
Gambar 4.3. Channel di PT.IEG.....	56
Gambar 4.4. Channel di PT.IEG.....	56
Gambar 4.5. Channel di PT.IEG.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Pertanyaan Wawancara	91
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	94
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	113
Lampiran 4 Surat Izin Wawancara Penelitian	117
Lampiran 5 Struktur Organisasi dan Peta Lokasi Penelitian.....	120

