Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Penyiaran
Indriyani Budhy Hapsari
44113110081

Strategi Programming Penayangan Big Movies Dalam Pencapaian Target Performa Rating dan Share
Jumlah halaman: xxvii + 94 halaman
Bibliografi: 25 buku

ABSTRAKSI

Tayangan program di stasiun televisi saat ini semakin berubah menjadi sebuah industri dengan hanya memikirkan keuntungan. Mayoritas program televisi yang ada saat ini adalah program yang bisa dikatakan menjual mimpi. Masyarakat membutuhkan tayangan alternatif yang bisa dinikmati. Global TV sebagai televisi yang berkarakter muda, memiliki tayangan alternatif yang cukup menarik untuk ditonton. Dari banyak program yang ditayangkan oleh Global TV penulis secara khusus tertarik terhadap tayangan Big Movies yang memperoleh performa *rating* dan *share* yang baik di Global TV.

Big Movies merupakan sebuah program yang menayangan film internasional, barat ataupun asia. Pada awalnya Big Movies hanya ditayangkan secara mingguan, dan hanya di zona *prime time*. Tetapi seiring berjalannya waktu dan semakin meningkatnya performa *rating* dan *share*, Big Movies mulai menambahkan jam tayang di zona lainnya. Konsep-konsep yang digunakan untuk menganalisis program ini adalah manajemen *programming*, pengertian tentang *programming* dan strategi program.

Tipe penelitian ini deskriptif, hanya memaparkan dengan pendekatan kualitatif berdasarkan hasil wawancara dan data-data pendukung berupa performa *rating* dan *share* dengan analisis data menggunakan teknik triangulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu.

Strategi selalu berangkat dari target yang harus dicapai. Target yang harus dipenuhi adalah target *rating* dan *share*, target revenue, serta target perolehan pemirsa. Untuk dapat memenuhi target-target tersebut, Big Movies menggunakan strategi *counterprogramming*, *stripping*, *bridging* dan *theming*. Ditambah dengan pemilihan judul yang tepat, pemain, tahun produksi, dan hasil analisa *historical data performance*. Penayangan secara *back to back* dan promosi yang tepat sasaran mampu menciptakan *image* yang cukup kuat, dan menciptakan identitas bagi stasiun televisi Global TV. Hal ini yang membuat Global TV unggul denganBig Movies-nya dibandingkan dengan stasiun televisi kompetitor.