



**STRATEGI BRTV DALAM PROGRAM SIARAN TALKSHOW
ETALASE INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
bidang Ilmu Komunikasi

Oleh:

Zianit Lossi

4118203720001

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024M/1445H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulisan saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudia hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juli 2024

The image shows a handwritten signature in black ink over a rectangular official stamp. The stamp is yellow and red, with the text 'MESEKAI TEMPLE' and a unique identifier 'EFALX319666097' at the bottom. The signature is written in a cursive style.

Zianit Lossi

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Proposal : Strategi BRTV Dalam Program Siaran Talkshow Etalase
Indonesia
Nama : Zianit Lossi
NPM : 41182037200001
Konsentrasi : Jurnalistik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapatkan persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 19 Juni 2024

Mengetahui,

Ketua program studi Ilmu Komunikasi

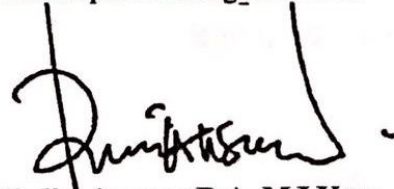


Winda Primasari, S.Hum, M.Hum

NRP 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,

Dosen pembimbing akademik



Yudha Asmara D.A, M.I.Kom

NRP 45.1.03.12.2012.029

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Strategi BRTV dalam Program Siaran *Talkshow* Etalase Indonesia”

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Juni 2024

Waktu : 11.00-12.00

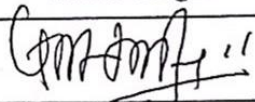
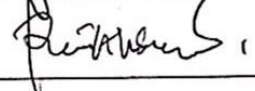
Oleh:

Nama : Zianit Lossi

NPM : 41182037200001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama Penguji	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Dr. Tatik Yuniarti, M. I.Kom	
Penguji I	Miftakhudin, M. I.Kom	
Penguji II	Yudha Asmara D.A, M. I.Kom	

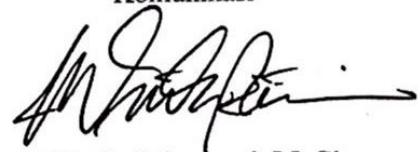
Bekasi, 19 Juli 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi,
Sastra dan Bahasa



Dr. Nurzadi, M. Hum
NRP. 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Winda Primasari, M. Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa 2024

Zianit Lossi

Strategi BRTV dalam Program Siaran *Talkshow* Etalase Indonesia

Dibawah bimbingan Yudha Asmara D.A., M.I.Kom

111 hlm + xiii, 3 tabel, 20 gambar, 8 lampiran.

Setiap stasiun televisi tentunya memiliki strategi yang digunakan untuk menarik perhatian pemirsa, baik secara nasional maupun lokal, salah satu televisi lokal yaitu BRTV. BRTV perlu menghadapi persaingan kompetitif dengan berbagai stasiun televisi lainnya yang menyajikan program informasi dengan format yang sama dan kemasan baru untuk memberikan informasi yang akurat. Persaingan dalam ketertarikan minat pemirsa ini tentunya akan meningkatkan *rating* pada program. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi BRTV dalam program siaran *talkshow* etalase Indonesia untuk meningkatkan *rating* program. Peneliti menggunakan teori Strategi Program Petter Pringle (2018) dengan 4 tahapan yaitu perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi BRTV dalam program siaran *talkshow* etalase Indonesia untuk meningkatkan *rating* program dilakukan melalui tahap perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Adapun strategi lainnya mencakup peningkatan kualitas program, promosi, dan upaya mempertahankan pemirsa.

Kata Kunci: Strategi Program, *Talkshow* Etalase Indonesia, BRTV, Meningkatkan *Rating* Program.

ABSTRACT

Islamic University 45 Bekasi

Communication Science Study Program

Faculty of Communication, Literature and Languages 2024

Zianit Lossi

BRTV Strategy in the Etalase Indonesia Talkshow Broadcast Program

Under the guidance of Yudha Asmara D.A., M.I. Kom

111 pages+xiii pages, 3 table, 22 images, 7 attachments

Every television station certainly has a strategy used to attract viewers, both nationally and locally, one of the local television stations is BRTV. BRTV needs to face competitive competition with various other television stations that present information programs with the same format and new packaging to provide accurate information. Competition in attracting viewers interest will certainly increase the rating on the program. This study aims to determine BRTV strategy in the Indonesian talk show broadcast program to increase program ratings. The researcher uses Petter Pringle (2018) Program Strategy theory with 4 stages, namely program planning, program production and purchase, program execution, program supervision and evaluation. The method used in this study is descriptive qualitative. The data in this study were obtained through in-depth interview observations, and documentation. The results of the study show that BRTV strategy in the Indonesian talk show broadcast program to increase program ratings is carried out through the stages of program planning, program production and purchase, program execution, program supervision and evaluation. Other strategies include improving program quality, promotion, and efforts to retain viewers.

Keywords: Program Strategy, Indonesian Talk Show, BRTV, Increasing Program Ratings.

PRAKARTA

Puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **Strategi BRTV dalam Program Siaran *Talkshow Etalase Indonesia*** yang diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik apabila tanpa bantuan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Nuryadi, M. Hum selaku Dekan Fakultas komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
2. Ibu Winda Primasari, M. Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Bapak Yudha Asmara Dwi Aksa, M. I. Kom, selaku dosen pembimbing, terimakasih telah bersedia meluangkan banyak waktu, tenaga, dan saran untuk membimbing penulis sejak awal pelaksanaan penelitian.
4. Ibu Tatik Yuniarti, M. I. Kom dan Miftakhudin, M. I. Kom, selaku dosen penguji, terimakasih atas saran yang diberikan.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
6. Pintu surgaku mamah, beliau sangat berperan dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi, serta tiada hentinya do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Kakak ku tercinta, Ogy Yani Adrian S. Kep, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat, do'a, cinta dan perjuangan yang selalu diberikan kepada penulis.

8. Sahabat kecilku tercinta, Mona Monika dan Maullidha Azzahra, terimakasih sudah selalu memberikan dukungan penuh dan do'a kepada penulis.
9. Sahabat seperjuangan penulis Lulu, Alma, Fannia, Putri dan Vina yang selalu memberikan dorongan dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan penulisan seminar proposal sampai saat ini.
10. Kepada rekan-rekan pihak BRTV, terimakasih sudah bersedia membantu dalam proses penelitian.
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri Zianit Lossi, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian dan penulis berharap skripsi ini akan memberikan manfaat bagi kita semua, serta menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 19 Juni 2024

Penulis



Zianit Lossi

41182037200001

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING PENGUJI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKARTA.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Strategi Program Acara The NewRoom NET TV dalam Meningkatkan Rating Program.....	10
2.1.2 Strategi Program <i>Rising Star</i> di 107.3 FM Star Radio dalam Menarik Minat Pendengar di Era Digital.....	10
2.1.3 Strategi Program Talkshow Islami dalam Menarik Minat Penonton (Studi Kasus Talkshow Lentera Ilahi I News TV Semarang).....	11

2.1.4	Strategi Program Acara Hitam Putih dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun Televisi Trans7.....	11
2.1.5	Strategi Kreatif Produser Program Acara “Sahur Bareng Gus Miftah” di JTV dalam Menarik Minat Penonton.....	12
2.1.6	Strategi BRTV dalam Menarik Minat Pemirsa Melalui Program Siaran <i>Magazine Show</i> “Mau Tahu”.....	13
2.2	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	13
2.3	Kerangka Teori.....	18
2.3.1	Komunikasi Massa.....	18
2.3.2	Media Massa.....	19
2.3.3	Televisi.....	21
2.3.4	Strategi Program Televisi.....	23
2.3.5	Talkshow.....	27
2.4	Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Unit Analisis.....	30
3.2.1	Key Informan.....	31
3.2.2	Informan.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4	Definisi Konseptual.....	35
3.5	Teknik Analisis Data.....	36
3.6	Keabsahan Data.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah Umum BRTV.....	40
4.1.2 Visi dan Misi BRTV.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi BRTV.....	42
4.1.4 Program Siaran BRTV.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Strategi Program Etalase Indonesia.....	50
4.2.1.1 Perencanaan Program Etalase Indonesia.....	51
4.2.1.2 Produksi dan Pembelian Program Etalase Indonesi.....	74
4.2.1.3 Eksekusi Program Etalase Indonesia.....	93
4.2.1.4 Pengawasan dan Evaluasi Program Etalase Indonesia.....	99
4.2.1.5 Hambatan dan Tantangan dalam Program Etalase Indonesia.....	102
4.2.1.6 Respon Ketertarikan Pemirsa Terhadap Program Etalase Indonesia.....	103
4.3 Pembahasan.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118

LAMPIRAN.....	121
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Stasiun Televisi Lokal di Wilayah Bekasi.....	14
Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4. 1 Program Siaran BRTV.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo BRTV.....	52
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi BRTV.....	54
Gambar 4. 3 Rapat Perencanaan Program.....	64
Gambar 4. 4 Laman Youtube BRTV.....	75
Gambar 4. 5 Konten Youtube Program Etalase Indonesia.....	76
Gambar 4. 6 Promosi Program Etalase Indonesia Melalui Instagram....	78
Gambar 4. 7 Naskah Program Etalase Indonesia	91
Gambar 4. 8 Proses Dubbing Program Etalase Indonesia.....	93
Gambar 4. 9 Alat Dubbing.....	95
Gambar 4. 10 Peralatan Shooting dalam Studio.....	97
Gambar 4. 11 Ruangan MCR.....	98
Gambar 4. 12 Proses Editing Program Etalase Indonesia.....	101
Gambar 4. 13 Proses Quality Control (QC).....	103
Gambar 4. 14 Broadcast Clock Program Etalase Indonesia.....	107
Gambar 4. 15 Respon Penonton Di Akun Youtube BRTV.....	117
Gambar 4. 16 Respon Penonton melalui Pesan Pribadi.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Turnitin.....	113
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Key Informan.....	134
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Dubber dan Tim Kreatif.....	143
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Editor	146
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Presenter.....	148
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Pemirsa.....	150
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Reporter.....	152
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	154
Lampiran 9 Catatan Bimbingan.....	156

