



**STRATEGI BRTV DALAM MENARIK MINAT  
PEMIRSA MELALUI PROGRAM SIARAN  
*MAGAZINE SHOW “MAU TAHU”***

**SKRIPSI**

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

Oleh

Rahmayanti

41182037190019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA  
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI**

**2023 M / 1444 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis 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, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 07 Juli 2022



Rahmayanti

41182037190019

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi BRTV dalam Menarik Minat Pemirsa Melalui Program Siaran *Magazine Show* “Mau Tahu”  
Nama : Rahmayanti  
Npm : 41182037190019  
Konsentrasi : Jurnalistik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Komunikasi Sastra dan Bahasa

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

Bekasi, 07 Juli 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Tin Hartini, M.SI**  
NRP 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Skripsi



**Miftakhudin, M.I.Kom**  
NRP 45.5.02.01.2018.088

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

Strategi BRTV dalam Menarik Minat Pemirsa Melalui Program Siaran *Magazine Show* “Mau Tahu”

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 21 Juli 2023

Waktu : 10.00 – 11.00 WIB




### Oleh

Nama : Rahmayanti

Npm : 41182037190019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

### DEWAN PENGUJI

Dewan Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Dr. Tatik Yuniarti, M.I.Kom	
Penguji 1	Mohammad Shihab, M.I.Kom	
Penguji II	Miftakhudin, M.I.Kom	

Bekasi, 27 Juli 2023

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Komunikasi,  
Sastra dan Bahasa

  
Dr. Nurvadi M. Hum

NRP 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Tin Hartini, M.SI

NRP 45.1.01.02.2016.001

## ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi, Sastra  
dan Bahasa  
2023

Rahmayanti/41182037190019

Strategi BRTV dalam Menarik Minat Pemirsa Melalui Program siaran *Magazine Show* “Mau Tahu”

Di bawah bimbingan Bapak Miftakhudin  
146 halaman 18 gambar 6 tabel 7 lampiran

Menjamurnya televisi lokal di berbagai daerah menjadi indikator telah menyebarnya sumber daya penyiaran, salah satunya BRTV. Menjadi televisi lokal membuat BRTV menyajikan program-program yang dapat menggali potensi daerah, serta menyajikan program yang dapat memberikan edukasi serta hiburan untuk menarik minat pemirsa. Adapun program yang mencakup elemen tersebut adalah program Mau Tahu. Namun untuk menarik minat pemirsa tentunya divisi program harus menerapkan strategi agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu perlu adanya strategi program yang dilakukan tim produksi dalam menayangkan programnya. Dengan itu tujuan dari adanya penelitian ini untuk mengetahui strategi BRTV dalam Menarik Minat Pemirsa Melalui Program *Magazine Show* “Mau Tahu” dengan menggunakan konsep Peter Pringle yang mencakup perencanaan program, pembelian dan produksi program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian ini didapatkan dua kesimpulan bahwa program Mau Tahu menerapkan strategi yang diusung oleh Peter Pringle mulai dari perencanaan, produksi, eksekusi, serta pengawasan dan evaluasi. Serta minat pemirsa dipengaruhi oleh aspek kognitif yang berupa kebutuhan akan informasi dan hiburan, dan aspek afektif yakni perasaan puas dan bahagia yang timbul sesudah menyaksikan tayang program Mau Tahu.

Kata Kunci : Minat Pemirsa, Strategi Program, Televisi lokal

## **ABSTRACT**

*Islamic University 45 Bekasi  
Communication Science Study Program  
Faculty of Communication, Letters  
and Languages  
2023*

*Rahmayanti/41182037190019*

*BRTV's Strategy in Attracting Viewers' Interest Through the Magazine Show Broadcast Program "Wanna Know"*

*Under the guidance of Miftakhudin*

*146 pages 18 pictures 6 tables 7 attachments*

*The proliferation of local television in various regions is an indicator that broadcasting resources have spread, one of which is BRTV. Being a local television station, BRTV presents programs that can explore regional potentials, as well as programs that can provide education and entertainment to attract viewers' interest. The program that includes these elements is the Want to Know program. However, to attract viewers' interest, of course the division program must implement a strategy in order to achieve the set goals. Therefore it is necessary to have a strategic program carried out by the production team in broadcasting the program. With that in mind, the aim of this research is to find out BRTV's strategy in attracting viewers' interest through the Magazine Show "Mau Tahu" program using the Peter Pringle concept which includes program planning, purchasing and production programs, program execution, as well as program monitoring and evaluation. The approach in this study uses a descriptive qualitative method. From the results of this study two conclusions were obtained that the Want to Know program implemented the strategy promoted by Peter Pringle starting from planning, production, execution, as well as monitoring and evaluation. Also, the interest of viewers is influenced by the cognitive aspect in the form of the need for information and entertainment, and the affective aspect, namely the feeling of satisfaction and happiness that arises after watching the Mau Tahu program.*

*Keywords: Audience Interest, Program Strategy, Local Television*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **Strategi BRTV dalam Menarik Minat Penonton Melalui Program Siaran Magazine Show “Mau Tahu”** yang diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik apabila tanpa bantuan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada;

1. Bapak Dr. Hermanto M.M, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Bapak Dr. Nuryadi M.Hum, selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Tin Hartini, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Bapak Miftakhudin, M.I. Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian.
5. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu, sehingga dapat bermanfaat pada saat melakukan penelitian.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah banyak membantu baik berupa dukungan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
7. Pihak BRTV yakni Mba Elis, Mba Zulfa, Mas Gifari dan juga Mas Kemal yang sudah bersedia membantu dalam proses penelitian.
8. Serta untuk pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis 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, 07 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahmayanti', with a horizontal line underneath.

Rahmayanti

41182037190019



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Strategi <i>Programming</i> Televisi Swasta dalam Program Tayangan <i>Prime Time</i> .....	9
2.1.2 Strategi Program Acara <i>The NewsRoom</i> NET TV dalam Meningkatkan Rating Program .....	9
2.1.3 Strategi Program <i>Rising Star</i> Di 107.3 FM Star Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Di Era Digital .....	10
2.1.4 Strategi Program <i>Magazine</i> Program Khazanah Edisi Ramadhan 2019.....	10
2.1.5 Strategi Program Acara Hitam Putih dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun Televisi Trans 7 .....	11
2.2 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu .....	14

2.3	Kerangka Teori .....	17
2.3.1	Komunikasi Massa.....	17
2.3.1.1	Fungsi Komunikasi Massa .....	18
2.3.2	Media Massa .....	19
2.3.2.1	Peran Media Massa .....	19
2.3.3	Televisi .....	20
2.3.3.1	Kelebihan dan Kekurangan Televisi .....	20
2.3.3.2	Televisi lokal .....	21
2.3.4	Strategi Manajemen.....	22
2.3.5	Strategi Program Televisi.....	23
2.3.5.1	Strategi Program Peter Pringle .....	23
2.3.6	Program Televisi.....	29
2.3.6.1	Tujuan Program Siaran Televisi.....	29
2.3.6.2	Format Program Siaran Televisi.....	31
2.3.6.3	Faktor Program Siaran Televisi.....	35
2.3.6.4	Sumber Program Televisi.....	36
2.3.7	Pemirsa Penyiaran Televisi.....	37
2.3.7.1	Minat Pemirsa.....	37
2.3.8	<i>Rating</i> .....	39
2.4	Kerangka Pemikiran.....	40
<b>BAB III .....</b>		<b>41</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Unit Analisis .....	41
3.2.1	Key Informan .....	42
3.2.2	Informan .....	42
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4	Definisi Konseptual .....	45
3.5	Teknik Analisis Data.....	46
3.6	Keabsahan Data .....	47
<b>BAB IV.....</b>		<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	49

4.1.1 Sejarah Umum BRTV .....	49
4.1.2 Visi dan Misi BRTV.....	50
4.1.3 Logo BRTV .....	51
4.1.4 Struktur Organisasi BRTV .....	52
4.1.5 Program Siaran BRTV.....	56
4.2 Hasil Penelitian .....	59
4.2.1 Strategi Program Mau Tahu .....	59
4.2.1.1 Perencanaan Program Mau Tahu .....	59
4.2.1.2 Produksi dan Pembelian Program Mau Tahu.....	77
4.2.1.3 Eksekusi Program Mau Tahu .....	90
4.2.1.4 Pengawasan dan Evaluasi Program Mau Tahu .....	95
4.2.1.5 Hambatan dan Tantangan dalam Program Mau Tahu.....	97
4.2.1.6 Respon Minat Pemirsa Terhadap Program Mau Tahu .....	99
<b>BAB V .....</b>	<b>102</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan .....	102
5.2 Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Target Pemirsa BRTV .....	4
Gambar 1. 2 Jumlah Pemirsa Berdasarkan Gender dan Usia.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	40
Gambar 4.1 Logo BRTV (2022-Sekarang) .....	51
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi BRTV .....	52
Gambar 4. 3 Rapat Perencanaan Program.....	60
Gambar 4. 4 Laman Youtube BRTV .....	68
Gambar 4.5 Promosi Program Mau Tahu Melalui Instagram .....	70
Gambar 4.6 Promosi Program Mau Tahu Melalui Facebook .....	71
Gambar 4. 7 Promosi Program Mau Tahu Melalui Website.....	72
Gambar 4. 8 Naskah Opening Program Mau Tahu .....	80
Gambar 4. 9 Naskah Isi Program Mau Tahu.....	81
Gambar 4. 10 Naskah Closing Program Mau Tahu .....	82
Gambar 4. 11 Proses Dubbing Program Mau Tahu .....	83
Gambar 4.12 Alat Dubbing .....	85
Gambar 4.13 Proses Editing Program Mau Tahu .....	86
Gambar 4.14 Proses Quality Control (QC) .....	88
Gambar 4. 15 Broadcast Clock Program Mau Tahu .....	93

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Daftar Stasiun Televisi Lokal di Wilayah Bekasi .....	2
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan dengan Peneliti Terdahulu .....	14
Tabel 2. 3 Perbedaan Hard News dan Soft News .....	34
Tabel 4. 1 Program Siaran BRTV .....	57
Tabel 4. 2 Pembagian Waktu Siaran .....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Key Informan.....	108
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 1 .....	115
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 2 .....	119
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 3 .....	122
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 4 .....	124
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 5 .....	126
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara .....	128