

ABSTRAKSI

Jurusan/ Departemen Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Dewi Budiyantri (NIM. 20030530102)

Strategi Programming Global TV Dalam Membentuk Image Station
Tahun skripsi : 2007. xvi + 120 hal + 15 lampiran + 23 tabel + 4 gambar
+ 2 bagan + Daftar Kepustakaan : 24 buku + 2 sumber online (2007)

Penelitian ini berusaha menyajikan realita tentang strategi *programming* Global TV. Era industrialisasi membuat Global TV mengalami dinamika perluasan target audiens. Perluasan ini diikuti dengan kebijakan pemrograman yang lebih variatif. *Programming* ini bertujuan untuk membentuk *image station* sehingga mampu meningkatkan *audience share*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *programming* Global TV dan berbagai langkah strategisnya yang diaplikasikan untuk keberhasilan program dalam membentuk *image station* di benak khalayak. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat *programming* sebagai alat pembentukan citra dan magnet bagi audiens yang dalam keberhasilannya tentu diperlukan berbagai elemen pendukung. Seperti yang diungkapkan oleh Eastman, Klein dan Head (1985 : 36) bahwa “ *Programming can be defined as the strategic use of program arranged in schedules designed to attract carefully defined target audience* “. Pemrograman didefinisikan sebagai sebuah strategi penggunaan program yang sudah tersusun, yang dirancang untuk menarik audiens yang telah ditentukan. Metodologi yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Terdapat penjabaran mengenai hasil penelitian tentang strategi *programming* Global TV kemudian mehyatukan satuan informasi dari data yang terkumpul dan menghubungkannya sehingga mendapat satu kesimpulan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Global TV menetapkan strategi *programming*-nya dengan melakukan perluasan pasar. Segmen dan target audiens yang dibidiknya kini mulai dikenali karakteristiknya, dilanjutkan dengan penetapan format siaran dan menyusun program yang akan diproduksi. Program ini juga dievaluasi berdasarkan perolehan *rating* dan *share*. Dalam strategi keberhasilan program, Global TV melakukan kegiatan promo on

ABSTRACT

**Communication Science Department
Muhammadiyah University of Yogyakarta
Dewi Budiyantri (20030530102)**

Programming Strategy of Global TV To Form The Station Image

Description : 2007. xvi + 120 pages + 15 pages of appendix + 23 pages of table + 4 pages of display + 2 pages of draft

This research try to show reality about programming strategy of Global TV. Industrialisation era make Global TV in condition dynamic of increasing audience target. This increasing follow with programming policy which more variation. This programming purpose for making the station image in order to increase the audience share. The purpose of the research is to know programming strategy of Global TV and some steps strategy which application of programming success to form the station image in public thinking. The concept of the theory in this research look programming as media of making image and magnet for audience which in successfully use some supporting element. Like said by Eastmen, Klein and Head (1985 : 36) that *“Programming can be defined as the strategy use of program arranged in schedules designed to attract carefully defined target audiences”*. The definition of programming as strategy of using program which make designed that for interest target audience. The methodology of this research is qualitative descriptive. There are some descriptions about the result of this one about programming strategy of Global TV and so utilize some informations from data which collective and relation for that so can result a final conclusion. The result of this research showing that Global TV decide their programming strategy with doing expansion market. The segment ang audience target which their decide already can know that characteristic, continuing with decide of broadcasting format and make program will to produce. This program will evaluate based on level of rating and share. In programming strategy successful, Global TV doing activity on air promotion and off air promotion.

*** This research is a media of making station image ***