

Deskripsi kebijakan dan proses produksi tayangan di Trans Tv dan Trans 7 pasca integrasi horizontal di bawah Trans Corpora (sebuah studi kasus pada divisi produksi)

Ibnu Fajar Noerrachman Okky, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=124630&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas integrasi horizontal antara Trans TV dan TransI7. Trans Corpora sebagai perusahaan induk yang membawahi Trans TV membeli sebagian saham TV7 dari Kelompok Kompas Gramedia pada tahun 2006.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan dan proses produksi tayangan di Trans TV dan TransI7, khususnya pada divisi produksi yang memproduksi tayangan non jurnalistik., pasca integrasi horizontal yang terjadi di perusahaan Trans Corpora. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma post positivist. Strategi penelitian yang dipilih adalah studi kasus multikasus terjalin. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Divisi Produksi, Kepala Departemen Marketing Services, dan Produser tayangan Rumpi dari TransI7 serta associate produser tayangan Ceriwis dan Good Morning dari Trans TV.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Trans Corpora sebagai perusahaan induk berusaha menerapkan sistem, kebijakan, serta budaya organisasi Trans TV pada TransI7 berkaitan dengan orientasi yang sangat mengacu pada permintaan pasar. Manajemen Trans Corpora menuntut pekerja TransI7 untuk berfikir ekonomis dan menghasilkan tayangan yang laku dijual. Cara yang paling mudah pada akhirnya adalah mengikuti formula program di Trans TV yang sudah terbukti disukai pasar sehingga mendatangkan keuntungan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap proses produksi adalah pemilik, tujuan organisasi untuk menghasilkan keuntungan besar, dan rutinitas yang berorientasi terhadap permintaan pasar.

<i>The focus on this study is the horizontal integration that occurred between Trans TV and TransI7. Trans Corpora as the holding company who owned Trans TV, takes over TV7 from Kelompok Kompas Gramedia.

The purpose of this study is to describe the programme policy and production process in both TV station, particularly in their production division that produces non journalistic media products, after the horizontal integration that emerged under Trans Corpora. This research is using qualitative approach with post positivist paradigm. The strategy of this research is case study with embedded multi level analysis. The interviewee of this research are the Production Division Head, Marketing Services Department Head, and producer of Rumpi show from TransI7, also the associate producer of Ceriwis and Good Moring show from Trans TV.

The result of this research shows that Trans Corpora, as the holding company, applied the very same work system, organizational culture, and conducts of Trans TV, as its primary station, to TransI7 as the acquired

firm. Trans Corpora Management demands TransI7 to create programmes that sells and profitable. The easiest way to accomplish it was to use the programme formula that has been proved to be succesful in Trans TV. The conclusion of this research is that ownership, profit oriented goals, and sales driven routinity happen to be the most influencing factors that shapes the programme production process.</i>