

ABSTRACT

Siti Karlinah : 170130070021 Gatekeeper of Television Programs :Between Idealism and Commercialism (A Study on the Construction of Idealism and Commercialism of Television Program for Producers as Gatekeepers in Determining Qualified Programs Broadcasted on Trans TV Jakarta). Promotors : Prof. Dr. Hj. Nina Winangsih Syam, Dra., MS., Prof. Dr. H. Engkus Kuswarno, Drs.,MS, Dr. Hj Betty RFS Soemirat, Dra., MS.

The research aims to understand the meaning of construction of qualified TV programs, as well as the meaning of idealism and commercialism in TV programs according to Trans TV producers as gatekeepers, and their efforts to negotiate between idealism and commercialism in determining qualified TV programs.

This research used the qualitative approach with constructivism paradigm, and phenomenological study. The subject of this research are eleven producers of Trans TV, purposively selected based on the type of program and the duration of their career as a producer. Data are collected through depth interview, observation, and literature study.

The result of the research shows that according to the perception of producers of Trans TV, qualified broadcasted programs should comply with technical and content aspects in various ways, where aspects of content comprise information, education, entertainment, inspiration and the principle of journalism, as well as comply with the script, rating and share. All of the producers clarify that by idealism in a program is meant a program where the process of writing pays attention to regulations and/or social norms, moral norms, and religion. While, commercialism in a program, represented by rating and share, is clarified as a parameter to determine the number of audience, as a demand of the company, as well as "God". In order to reach Trans TV standard of rating and share, producers conduct a commodification program through dramatization, trend, packaging, prominence, and human interest which comprise conflict and uniqueness.

Producers have a pragmatic attitude in their efforts to negotiate about idealism and commercialism in a program. Most of the producers clarify that pragmatism in a program is a synergy of idealism and commercialism, while a small number of them clarify that pragmatism is when commercialism becomes a vehicle for idealism. The motivation of the producers' pragmatic attitude is to implement the company's mission, to follow the demand of market, the sense of responsibility towards the audience, and sense of responsibility to themselves. Eventually, the pragmatic attitude of Trans TV producers utilize creativity in determining qualified TV programs.

This research also shows the existence of symbolic interactional phenomena in Trans TV with the development of specific symbols used by producers of Trans TV whose meaning have been agreed together .

ABSTRAK

Siti Karlinah : 170130070021 ; Gatekeeper Program Televisi di antara Idealisme dan Komersialisme (Studi Tentang Makna Idealisme dan Komersialisme Para Produser Program Televisi Sebagai *Gatekeeper* dalam Menentukan Program Layak Tayang di Trans TV Jakarta) ; Promotor : Prof. Dr. Hj. Nina Winangsih Syam, Dra.,MS; Prof. Dr. H. Engkus Kuswarno, Drs.,MS.; Dr. Hj. Betty RFS Soemirat, Dra.,MS.

Penelitian ini, bertujuan untuk memahami makna program televisi layak tayang, makna idealisme program, makna komersialisme program menurut sudut pandang para produser di Trans TV sebagai *gatekeeper*, serta upaya para produser dalam menegosiasikan idealisme dan komersialisme dalam menentukan program layak tayang di Trans TV Jakarta.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan paradigma konstruktivisme, dan jenis studi fenomenologi. Subjek penelitian adalah sebelas produser Trans TV yang dipilih secara purposif berdasarkan jenis program dan lamanya menjadi produser. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, pengamatan berperan serta, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para produser Trans TV memaknai program layak tayang adalah program yang memenuhi aspek teknis, dan memenuhi aspek konten secara bervariasi, dimana aspek konten mencakup informasi, edukasi, hiburan, inspirasi, prinsip jurnalisisme, juga memenuhi *script*, *rating* dan *share*. Idealisme program dimaknai oleh semua produser sebagai program yang penulisannya memperhatikan regulasi, dan atau norma sosial, norma moral dan agama. Sementara komersialisme program yang direpresentasikan oleh *rating* dan *share*, para produser memaknai *rating* dan *share* sebagai parameter jumlah audiens, sebagai tuntutan perusahaan, sebagai kontribusi bagi perusahaan, serta *rating* dan *share* sebagai “Tuhan”. Dalam mencapai *rating* dan *share* yang sesuai standar Trans TV, para produser melakukan komodifikasi program melalui *dramatization*, *trend*, *packaging*, *prominence* dan *human interest* yang terdiri dari *conflict* dan *uniqueness*

Upaya para produser sebagai *gatekeeper* dalam menegosiasikan idealisme dan komersialisme program adalah bersikap pragmatis. Sebagian besar produser memaknai pragmatisme program, adalah idealisme dan komersialisme bersinergi, sebagian kecil lainnya memaknai pragmatisme adalah ketika komersialisme dijadikan *vehicle* bagi idealisme. Motivasi para produser bersikap pragmatis adalah karena melaksanakan misi perusahaan, mengikuti pasar, tanggung jawab pada audiens dan tanggung jawab pada diri sendiri. Pada akhirnya sikap pragmatis para produser Trans TV dalam menentukan program layak tayang adalah dengan kreativitas. Penelitian juga memperlihatkan adanya fenomena interaksi simbolik di Trans TV dengan berkembangnya simbol-simbol yang khas digunakan oleh para produser Trans TV yang telah dimaknai bersama sebagai hasil kesepakatan.