



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI 4430/KOM-D/SD-S1/2021
--

**STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM
MEMPERTAHANKAN PROGRAM BUDAYA SEKAR
GENDING DI I CHANNEL TV BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

FAJAR RIZALDI PRATAMA
NIM. 11643101419

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending Di I Channel TV Bandung" yang ditulis oleh:

Nama : Fajar Rizaldi Pratama
NIM : 11643101419
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang panitia ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 29 Januari 2021

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Februari 2021



Dr. Ardin, M.Ag
NIP. 19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua / Penguji I,

Dr. Fani Hartono, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 021

Sekretaris / Penguji II,

Rafdeadi, S.Sos.I.M.A
NIP. 198212252011011001

Penguji III,

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 198103013 201101 1 004

Penguji IV,

Darmawati, N.I.Kom
NIK. 130417026

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dikarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Kebudayaan Sekar Gending Di I Channel TV Bandung

Disusun Oleh:

Fajar Rizaldi Pratama

NIM. 11643101419

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 21 Januari 2021

Pembimbing,



Dr. Muhammad Badri, SP, M. Si
NIP. 19810313 201101 1 004

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

21 Januari 2021



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Proposal dengan judul “**STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM BUDAYA SEKAR GENDING DI I CHANNEL TV BANDUNG**” yang diajukan oleh saudara :

Nama : FAJAR RIZALDI PRATAMA
NIM : 11643101419
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:

Hari / Tanggal : Jumat, 25 September 2020

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Online

Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penguji I



Suardi, M.I.Kom
NIP. 19780912 201411 1 003

Pekanbaru, 25 Oktober 2020

Penguji II



Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIK. 130 417 119

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fajar Rizaldi Pratama

NIM : 11643101419

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : **Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending Di I Channel TV Bandung** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Demikian persyaratan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak siapapun.

Pekanbaru, 4 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,

Fajar Rizaldi Pratama

NIM. 11643101419



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Fajar Rizaldi Pratama
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Kebudayaan Sekar Gending di I Channel TV Bandung

Dalam membuat sebuah program acara yang menarik seorang produser harus memiliki strategi dan kreatifitas agar tayangan yang dihasilkan dapat diminati oleh penonton dan memiliki ciri khasnya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif produser program Sekar Gending di I Channel TV Bandung dalam mempertahankan program kebudayaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yang terdiri dari, 1 orang Produser, 1 orang kameraman dan 1 orang *editor*. Produser Sekar Gending menerapkan 13 strategi kreatif meliputi target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick* dan *funfare*, ritme dan birama, logo dan musik *track* untuk *ID Tune*, *general rehearsal*, *interactive* program. Produser telah menerapkan 13 strategi tersebut. Tetapi dalam mempertahankan program kebudayaan ini, dari 13 strategi tersebut produser lebih menekankan kepada 3 yaitu format acara, musik dan *fashion*, serta *gimmick* dan *funfare*. Format acara pada hal ini produser mencari ide kreatif untuk materi yang dapat diangkat, musik merupakan hal yang sering ditampilkan dalam program dan untuk *fashion* produser selalu mengangkat pakaian khas Jawa Barat. Pada *gimmick* dan *funfare* produser menggunakan sesuai dengan konsep dan keahlian narasumber yang ditayangkan.

Kata kunci : Strategi Kreatif, Produser, Program Sekar Gending, Program Kebudayaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Fajar Rizaldi Pratama
Department : Communication
Title : The Creative Strategy of Producer in Keeping the ‘Sekar Gending’ Cultural Program on I Channel TV Bandung

In making an attractive program, a producer must have a strategy and creativity so that the resulting shows can be attracted by the audience and have their own characteristics. This study aims to know the creative strategy of the producer of the Sekar Gending program on I Channel TV Bandung in maintaining cultural programs. This study uses descriptive qualitative methods. Data were collected from interviews, observation, and documentation. The informants in this study were 3 people consisting of 1 producer, 1 cameraman and 1 editor. The Sekar Gending producer applies 13 creative strategies including target audience, script language, program format, punching line, gimmick and fun fare, rhythm and time frame, logo and music tracks for ID Tune, general rehearsal, and interactive programs. The producer has implemented these 13 strategies. But in maintaining this cultural program, of the 13 strategies the producer emphasizes more on 3, namely the format of the show, music and fashion, as well as gimmick and fun fare. For the program format, the producer looks for creative ideas for material that can be raised. Music is something that is often featured in the program. For the fashion, the producer always raises clothes typical of West Java. Based on gimmick and fun fare, the producer uses the concept and expertise of the speakers that are broadcast.

Kata kunci : *Creative Strategies, Producer, Sekar Gending Program, Cultural Program*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Kebudayaan Sekar Gending Di I Channel TV Bandung**”. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komukasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Maksud dan tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Studi Strata I pada Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun laporan ini masih menemui beberapa kesulitan dan hambatan, disamping itu juga menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan-kekurangan lainnya, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Teristimewa kepada orang tua penulis, ayahanda **Yosrizal** dan ibunda **Sri Mariyam** yang selalu memberikan seluruh rasa cinta, sayang, do'a serta support akan segala hal. Semua hal yang telah ayahanda dan ibunda tidak akan terbalaskan oleh penulis. Terimakasih kepada kedua adik tersayang **Moch. Ryan Irvandi** dan **Sabrina Syifa Nailah** yang telah membantu dalam menjaga kedua orangtua penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini. Diantara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag, selaku PLT Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bapak Dr. Nurdin M.A, Selaku selaku Dekan Fakultas Dakwah Komunikasi UIN SUSKA Riau beserta kepada seluruh Pembantu Dekan, Staff dan Jajarannya.
3. Ibuk Atjih Sukaesih, M.Si, selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.
4. Bapak Yantos, S.IP, M,Si selaku pembimbing akademik penulis yang sudah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP, M.Si, selaku pembimbing skripsi yang sudah memberikan waktu dan pemikirannyadalam membimbing skripsi penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan dan curahan ilmu kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Pimpinan I Channel TV Bandung beserta staff dan telah memberikan izin, kesempatan, bimbingan, serta bantuan dalam proses magang dan penelitian skripsi ini.
8. Terima kasih untuk apt. Tiara Laras Suci, S.Farm yang telah memberikan motivasi, semangat, dukungan, kebaikan, perhatian dari awal hingga akhir, bahkan sampai kapanpun. Satu kata buat kita, “Yok bangun yok”.
9. Terima kasih untuk Dika, Dajep, Vitto, Keda, Anto, Randa, Zaki, Abenk, Ikiw, Alidaei, Angga, Odi, Omdo, Siddik, Syiamu, Uget, Koko yang telah banyak membantu penulis dalam perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai.
10. Terima kasih untuk teman-teman kelas Broadcasting D yang telah berjuang bersama melewati masa perkuliahan.
11. Terima kasih kepada TEN Production Tambes, Sanul, Syiamu, Ipul, Pindy, Syanda, Akbar, Nadia, Amad yang sudah membantu dan memberikan semangat, dan ilmu serta pengalaman yang berharga bagi penulis.
12. Kelompok KKN Desa Sungai Raja, dan Team Magang di I Channel TV Bandung.
13. Dan kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semua kekurangan hanya datang dari penulis dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT, hal ini yang membuat penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis mengharap kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat positif dan membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, 29 Januari 2021

Penulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Terdahulu	8
B. Landasan Teori	14
1. Komunikasi Massa	14
2. Strategi Kreatif	15
3. Produser	20
4. Produksi Program Televisi	21
C. Konsep Operasional	25
D. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data Penelitian	30
D. Informan Penelitian	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Validitas Data	32
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM	34
A. Sejarah I CHANNEL TV BANDUNG.....	34
1. Profil Perusahaan	34
2. Perkembangan Perusahaan.....	35
B. Visi dan Misi I CHANNEL TV Bandung	37
C. Logo Perusahaan.....	37
D. Struktur Organisasi	40
E. Kepegawaian.....	40
F. Pola Acara I CHANNEL TV Bandung.....	41
G. Program Sekar Gending	42
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan	60
BAB VI PENUTUP	75
A. KESIMPULAN.....	75
B. SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Logo I Channel TV Bandung.....	35
Gambar 4.2 Logo I Channel TV Bandung.....	37
Gambar 4.3 <i>Shape Rational</i>	38
Gambar 4.4 Struktur Organisasi I Channel TV Bandung	40
Gambar 5.1 Produser Membuat <i>Script</i>	63
Gambar 5.2 <i>Funfare</i> Pada Program Sekar Gending.....	65
Gambar 5.3 <i>Tune</i> dan <i>Bumper</i> Pada Program I Channel TV Bandung	67
Gambar 5.4 Lokasi Proses Produksi Sekar Gending	68
Gambar 5.5 <i>Host</i> dan Narasumber Berpakaian Batik	69
Gambar 5.6 Logo Program Sekar Gending.....	71
Gambar 5.7 Penempatan Kamera, <i>Lighting</i> , <i>Audio</i>	72
Gambar 5.8 <i>Interactive Program</i> pada I Channel TV Bandung	74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kepegawaian I Channel TV Bandung	40
Tabel 4.2 Program Acara I Channel TV Bandung.....	41
Tabel 4.3 Daftar Informan.....	46



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini terus meningkat, dibuktikannya dengan banyaknya minat masyarakat dalam melakukan pencarian informasi yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, budaya, politik, dan sebagainya. Oleh sebab itu, media massa ikut berlomba-lomba dalam menarik perhatian masyarakat dalam menyajikan informasi. Media massa yang saat ini masih banyak diminat masyarakat salah satunya adalah televisi.

Tayangan televisi terbagi dari beberapa jenis, yaitu tayangan lokal, tayangan nasional, dan tayangan internasional. Tayangan lokal yaitu tayangan yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi, dan unsur kedaerahan lain dan tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh masyarakat. Televisi dalam kegunaannya juga dapat mengangkat kebudayaan dan kearifan lokal bagi masyarakat. Sehingga kebudayaan dan kearifan lokal dapat berkembang dan menjadi proses pembelajaran serta penanaman nilai-nilai positif bagi kebudayaan lokal.

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran disebutkan kompetisi di industri pertelevisian ini, tidak hanya terjadi antar televisi swasta nasional, namun juga terjadi pada televisi lokal. Selain itu dengan disahkannya undang-undang ini juga memudahkan demokrasi penyiaran, yakni otonomi publik, keberagaman konten (*diversity of content*) dan keberadaan kepemilikan (*diversity ownership*)¹.

Kehadiran televisi lokal dalam konten acaranya diharapkan dapat kembali menghidupkan budaya asli daerah yang sudah jarang diminati oleh masyarakat itu sendiri. Konten yang dikemas dalam sebuah program

¹ Christiany Juditha, "Televisi Lokal Dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus Di Sindo TV Kendari)" Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan. Vol. 16 No. 1, Juni 2015, hlm. 50.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

acara dalam televisi lokal harus mengacu pada muatan lokal daerah dimana stasiun televisi lokal tersebut berada baik secara visualisasi *setting* bahkan dengan mengangkat secara khusus bahasa daerah sebagai bahasa penyampaian dalam program acara.

Seperti halnya di kota Bandung yang memiliki stasiun televisi lokal yang bernama I Channel TV Bandung atau PT. Bandung Media Visual. I Channel TV Bandung merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang berada di kota Bandung yang mengalami persaingan dan eksistensi di kalangan masyarakat kota Bandung.

Sejak pertama kali mengudara pada tahun 2012, I Channel TV Bandung mampu memenuhi syarat sebagai salah satu stasiun televisi lokal daerah dengan menyajikan tayangan yang sarat dengan nilai dan cita rasa sunda salah satunya program *Sekar Gending*. Hingga saat ini, I Channel TV Bandung mampu diterima kehadirannya oleh masyarakat dan masih setia mengudara di Kota Bandung, kab. Bandung, Cimahi, Bandung Barat, Cianjur, Sumedang, Majalengka, Subang, sebagian wilayah Garut, Tasikmalaya, dan Bogor².

Program *Sekar Gending* adalah salah satu program budaya yang hadir untuk menemani masyarakat kota Bandung dan sekitarnya. Program *Sekar Gending* ini merupakan salah satu program *Talkshow* yang membahas topik-topik yang tertentu berdasarkan narasumber yang diundang. Berdasarkan pemaparan tersebut hal inilah membuat *Sekar Gending* menarik untuk diteliti karena terkait dengan strategi kreatif produser dalam menjaga kualitas programnya dan menjaga kondisi tim produksi menjadi kondusif saat proses produksi sedang berlangsung. Sebagai kerabat kerja dalam produksi program juga harus terus melahirkan berbagai macam ide-ide kreatif dalam proses produksi agar dapat menampilkan berbagai hal yang beraneka ragam.

² I Channel TV Bandung, "Tentang Kami", diakses dari <http://ichanneltv.co.id/about-us/#contact-ichannel>, pada hari Selasa, 3 Maret 2020, Pukul 13.44 WIB



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini dilakukan guna mengingat pentingnya strategi kreatif seorang produser dalam memproduksi program acara kebudayaan *Sekar Gending*. Penulis tertarik akan bagaimana cara seorang produser program kebudayaan dapat mempertahankan sebuah program yang terletak di tengah-tengah kota besar di Indonesia dengan banyak televisi nasional disekitarnya. Dengan demikian penulis mengambil judul penelitian yaitu “Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Kebudayaan *Sekar Gending* di I Channel TV Bandung”

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran dan pengertian terhadap istilah-istilah atau kata-kata yang berada dalam penelitian ini, maka penulis menjelaskan hal tersebut sebagai berikut:

1. Strategi

Istilah Strategi dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” mempunyai arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus³. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya⁴. Dapat dipahami bahwa strategi adalah taktik yang disusun guna mencapai tujuan tertentu

2. Kreatif

Menurut *Creative Education Foundation*, “kreatif merupakan kemampuan terobosan baru dalam situasi yang tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang unik”⁵.

³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), hlm. 859

⁴ Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung, PT. Alumni, 1986), hlm. 97.

⁵ Andi Fachruddin. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2015), Hlm:1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi, berdasarkan hal diatas dapat disimpulkan bahwa strategi kreatif merupakan rencana khusus dalam memproduksi suatu program acara dengan menampilkan inovasi-inovasi yang baru dan unik.

3. Produser

Produser adalah mereka yang memiliki tanggung jawab atas pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang ditentukan.⁶

4. Program Sekar Gending

Program Sekar Gending merupakan salah satu *talkshow* milik stasiun I Channel TV Bandung. *Talkshow* atau adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara atau *host*⁷. Narasumber yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman secara langsung terhadap proses pelestarian kebudayaan sunda.

5. Stasiun I Channel TV Bandung

Stasiun I Channel TV adalah stasiun televisi lokal di Provinsi Jawa Barat dibawah badan hukum PT. Bandung Media Visual. Mengudara di Channel 26 UHF di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang penulis ambil dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi kreatif produser dalam mempertahankan program kebudayaan *Sekar Gending* di I Channel TV Bandung.

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi kreatif yang diterapkan oleh produser pada program *Sekar Gending* dalam upaya mempertahankan Program kebudayaan di I Channel TV Bandung.

⁶ Sony Set, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), hlm. 45.

⁷ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 28.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian tentang “Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Kebudayaan Sekar Gending di I Channel TV Bandung” diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak antara lain:

a. Teoritis

Menambah khazanah keilmuan dalam disiplin ilmu produksi siaran dan pengembangan ilmu komunikasi, dengan konten komunikasi massa yang menggunakan audio visual. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran yang berharga bagi kajian desain program siaran televisi

b. Universitas

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada umumnya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian yang serupa berkaitan dengan bidang *broadcasting*.

c. Lembaga

Sebagai bahan evaluasi stasiun I Channel TV dalam pengembangan program-programnya, khususnya program Sekar Gending

d. Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian ini bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dan diharapkan berguna untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang *broadcasting* khususnya mengenai peran penting produser dalam mempertahankan programnya untuk kebutuhan masyarakat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini penulis membagi penulisan dalam enam bab pembahasan yang akan diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pembuka dalam pembahasan skripsi. Dalam bab ini merupakan uraian dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisikan uraian teori sebagai dasar pemikiran dan pemberi arah dalam penelitian. Disini akan diuraikan kajian terdahulu, kajian teori, konsep operasional, kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan: desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, teknik analisis data

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab yang menampilkan gambaran umum tentang lokasi penelitian seperti sejarah, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, struktur dan kepegawaian organisasi, pola acara organisasi.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian beserta pembahasan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab penutup atau bab terakhir dalam skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang “Strategi Kreatif Kerabat Kerja Dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending di I Channel TV Bandung”

- 1) Jurnal karya Nunik Hariyani seorang dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Madiun yang berjudul *Televisi Lokal dalam Perencanaan Strategi Kreatif Program Berbasis “Lokalitas” Sebagai Wujud Eksistensi Media*.⁸ Jurnal ini berfokus pada tujuan untuk mengetahui bagaimana televisi lokal “Sakti Madiun TV” dalam merencanakan strategi kreatif program berbasis “lokalitas” sebagai wujud eksistensi medianya.

Persamaan dari jurnal ini yaitu sama-sama bertujuan untuk mempertahankan wujud eksistensi televisi masing-masing yaitu tentang kebudayaan atau lokalitas. Perbedaan dari jurnal ini yaitu terdapat dari Stasiun Televisinya, jurnal ini merujuk kepada bagaimana cara Sakti Madiun TV dalam merencanakan strategi kreatif program, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu merujuk kepada bagaimana strategi kreatif seluruh kerabat kerja di stasiun televisi lokal I Channel TV Bandung.

- 2) Jurnal penelitian komunikasi dan pembangunan karya Christiany Juditha dari Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makasar Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia tahun 2015 yang berjudul *Televisi Lokal dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di Sindo TV*

⁸ Nunik Handayani “*Televisi Lokal dalam Perencanaan Strategi Kreatif Program Berbasis “Lokalitas” Sebagai Wujud Eksistensi Media*” Jurnal Sosial Vol. 14 No.2, 2013



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kendari).⁹ Penelitian dalam jurnal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang produksi konten berbasis kearifan lokal di Sindo TV. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Persamaan dari jurnal ini yaitu Stasiun televisi lokal yang sarat akan kearifan lokal, menempatkan porsi program televisi kearifan lokal lebih besar. Perbedaan dari jurnal ini adalah jurnal tersebut merujuk tentang bagaimana cara stasiun televisi lokal yaitu Sindo TV mampu mempertahankan potensi konten dengan kearifan lokal agar mampu bertahan dan bersaing dengan televisi lokal lainnya di Kendari.

- 3) Jurnal ilmiah komunikasi karya Gita Agnesia dan Luki Sahidan berjudul *Strategi Kreatif Programmer dalam Menaikan Eksistensi Program Shio Asia di Tengah Fenomena Korean Wave*.¹⁰ Fenomena budaya populer Korea kini membuat media penyiaran radio berlomba-lomba memproduksi siaran yang berkaitan dengan budaya populer Korea khususnya program Shio Asia dari RRI PRO 2 FM Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana strategi kreatif programmer dari program Shio Asia dalam menaikkan eksistensi program ditengah fenomena *Korean Wave* agar dapat bertahan dan dapat diminati oleh kalangan muda. Metode penelitian yang digunakan ini adalah metode penelitian kualitatif fenomenologi. Penelitian ini dilakukan dengan proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian yaitu programmer dan penyiar program Shio Asia. Hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *programmer* telah menerapkan strategi pemrograman; perencanaan program (*planning*), produksi/akuisi program (*production*), eksekusi program (*execution*), pengawasan dan evaluasi program (*controlling*).

⁹ Christiany Juditha “*Televisi Lokal dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di Sindo TV Kendari)*” Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan Vol. 16 No. 1, Juni 2015

¹⁰ Gita Agnesia, Luki Sahidan “*Strategi Kreatif Programmer dalam Menaikan Eksistensi Program Shio Asia di Tengah Fenomena Korean Wave*”. Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol.11 No.3, Juli 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persamaan dari jurnal ini yaitu tentang strategi kreatif dalam mempertahankan program. Perbedaan dari jurnal ini adalah objek yang diteliti. Dalam jurnal tersebut meneliti seorang Programmer, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti seluruh kerabat kerja dalam program televisi.

- 4) Jurnal Komunikasi karya Patricia Robin berjudul “*Analisis Produksi Program Fashion “I LOOK” di Net TV*”.¹¹ Jurnal ini menampilkan tentang bagaimana produksi program selalu menyajikan berbagai informasi yang menarik bagi masyarakat. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus, teknik pengumpulan data primer observasi dan wawancara dengan informan penelitian seperti produser, tim kreatif, asisten produser, editor dan kepala divisi produksi program bersangkutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *I Look* memiliki berbagai macam strategi seperti strategi dalam pemilihan ide, pola rundown, naskah, konsep yang diterapkan dalam proses produksi hingga proses editing agar audiens tertarik dengan konten-konten yang disajikan.

Persamaan dengan jurnal ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan dengan jurnal ini yaitu jurnal tersebut memfokuskan tentang bagaimana produksi program, mulai dari awal pencarian ide hingga proses pasca produksi.

- 5) Jurnal Ilmu Komunikasi karya Buana Fanastar berjudul “*Analisis Proses Produksi Siaran Berita Televisi Khabar Etam di TVRI Kalimantan Timur*”.¹² Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan proses produksi berita oleh redaksi *Khabar Etam*. Penelitian ini menggunakan teori agenda setting dengan melakukan penelitian dan pencarian data melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa redaksi

¹¹ Patricia Robin, “*Analisis Produksi Program Fashion “I LOOK” di Net TV*”. Jurnal Visi Komunikasi Vol.13 No. 01, Mei 2014

¹² Buana Fanastar, “*Analisis Proses Produksi Siaran Berita Televisi Khabar Etam di TVRI Kalimantan Timur*”. eJournal Ilmu Komunikasi Vol. 3, No. 04, 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Khabar Etam dalam proses penyampaian berita kepada masyarakat sesuai dengan agenda setting. Perbedaan dengan jurnal karya Buana Fanastar terletak pada pembahasannya yaitu pembahasan tentang analisa proses produksi siaran berita televisi secara menyeluruh, dimulai dari pra produksi, proses produksi, dan pascaproduksi.

- 6) Ida Arifatul Khusna berjudul “*Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung di AdiTV Yogyakarta*”.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kreatif yang diterapkan produser program Kangen Tembang-Tembung ADiTV Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program melalui 13 elemen strategi kreatif Naratama. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitiannya produser dan penata artistic Kangen Tembang- Tembung dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi serta dokumentasi. Analisis data yang dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya strategi kreatif yang digunakan produser dalam mempertahankan eksistensi produksi program Kangen Tembang-Tembung. Dari 13 elemen strategi, *Fashion* dan Format Acara adalah elemen yang paling khas.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan jurnal Ida yaitu fokus penelitiannya yang sama yaitu tentang strategi kreatif produser, dengan menggunakan konsep 13 elemen strategi kreatif. Perbedaan dari jurnal Ida terletak di lokasi penelitian dan program televisi yang diteliti.

¹³ Ida Arifatul Khusna, “*Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung di AdiTV Yogyakarta*”. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 7) Jurnal karya Murtiadi berjudul “*Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans TV*”.¹⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif produser dalam mempertahankan eksistensi program Mission X pada stasiun televisi TRANS TV. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi lalu diakhiri dengan proses analisis. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bagi Produser dan tim, komunikasi merupakan hal yang mempengaruhi keberhasilan dalam tim. Seorang produser dalam menentukan strategi kreatif program Mission X berlandaskan pada elemen-elemen sebagai berikut: target penonton, Bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick dan funfare*, *clip hanger*, *time and bumper*, penata artistik, *music and fashion*, *ritme* dan birama acara, Logo dan *music track* untuk *ID Tune*, *general rehearsal (GR)*, dan *interactive program*. Eksistensi program Mission X dapat bertahan dikarenakan adanya streategi kreatif yang selalu berinovasi dan komunikasi yang sudah terjalin dengan baik.

Persamaan penelitian ini dengan jurnal Murtiadi terletak pada tujuan penelitiannya yaitu memfokuskan pada strategi kreatif seorang produser dengan 13 elemen strategi kreatif dalam produksi acara. Perbedaan penelitian peneliti dengan jurnal ini terletak pada lokasi penelitian dan program televisi yang akan diteliti.

- 8) Jurnal Ilmu Komunikasi karya Dina Febriyana berjudul “*Proses Produksi Program Talk Show Redaksi 8 pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda*”.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk memahami Proses Produksi Program *Talk Show* “Redaksi 8” pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda, serta mengetahui faktor pendukung dan faktor

¹⁴ Murtiadi, “*Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans TV*”. Jurnal ilmu Komunikasi, Vol.6, No.6, April 2019

¹⁵ Dina Febriyana, “*Proses Produksi Program Talk Show “Redaksi 8” pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda*”. eJournal Imu Komunikasi, Vol.1, No.4, 2013



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penghambat Proses Produksi Program *Talk Show* “Redaksi 8” pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis data kuantitatif Model Interaktif *Matthew B. Miles* dan *A. Michael Huberman* dengan hasil yang didapat adalah Proses Produksi Program *Talk Show* “Redaksi 8” memiliki tahapan yang sesuai dengan SOP proses produksi program terdiri dari pra produksi, produksi serta pasca produksi.

Perbedaan penelitian ini dengan jurnal karya Dina yaitu jurnal tersebut meneliti tentang tahapan produksi program mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Sedangkan penelitian yang akan diteliti yaitu tentang strategi kreatif produser.

- 9) Jurnal Komunikasi karya Andi Fachrudin berjudul “*Strategi Program Tayangan INFOTAINMENT di RCTI*”.¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan tayangan Infotainment Intens. Strategi yang digunakan adalah strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu melalui fungsi manajemen, yaitu tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan *key informan*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penayangan digunakan *Infotainment* Intens berjalan sesuai seperti yang telah direncanakan yaitu *Head to head*, *Strong Lide In*, *dayparting*, *stripping*, *crossprogramming*, dan *bridging*. Penelitian ini memiliki persamaan dalam pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara secara mendalam. Perbedaannya yaitu jurnal ini meneliti tentang strategi suatu program. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi kreatif seorang produser.

¹⁶ Andi Fachrudin, “*Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI*”, Jurnal Visi Komunikasi, Vol.13, No.01, Mei 2014



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 10) Jurnal karya Basith Pujo Sakti dan Jeanie Annissa berjudul “*Strategi Produser Program Acara Radio Jadul di Jak TV dalam Mendapatkan Animo Penonton*”.¹⁷ Program Radio Jadul merupakan program yang menayangkan *flashback* musik untuk generasi 80-an hingga 90-an. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yaitu kumpulan data observasi dan wawancara. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi, studi kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi dalam program Radio Jadul merupakan strategi yang terstruktur dan terkordinasi dan telah melalui berbagai evaluasi, disamping menerapkan strategi produser menurut Gerald Milerson yang terdiri dari 3 tahap yaitu. Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Produser juga menerapkan 3 tahap-tahap tersebut pada program Radio Jadul dalam upaya mendapatkan animo penonton.

Persamaan dari jurnal ini yaitu metode yang digunakan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Perbedaan penelitian ini dengan jurnal tersebut adalah fokus penelitiannya, lokasi penelitian, serta jenis program televisi yang berbeda.

B. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada umumnya ialah komunikasi yang dilakukan melalui media massa (media cetak dan elektronik).¹⁸

Media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga mencapai

¹⁷ Basith Pujo Sakti, Jeanie Annissa, “*Strategi Produser Program Acara Radio Jadul di Jak TV dalam Mempertahankan Animo Penonton*”. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.3, 2018

¹⁸ Nurudin, *Pengantar Komuikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 03



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skalanya yang luas. Massa dalam komunikasi massa disini menunjukkan kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik).¹⁹

Berdasarkan pengertian komunikasi massa diatas, disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses penyampaian informasi menggunakan media massa sebagai perantara bagi masyarakat atau khalayak umum sebagai acuan utama dalam penentuan definisi suatu perkara.

2. Strategi Kreatif

Strategi Kreatif terdiri dari kata Strategi dan Kreatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Strategi berarti “Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus²⁰”. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) dalam mencapai suatu tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi selain berfungsi sebagai peta jalan penunjuk arah, strategi melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya²¹.

Di Industri penyiaran, sering terjadi kompetisi antar stasiun penyiaran lain dalam rangka mengambil hati audiens. Strategi

¹⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rodaskarya, 2010), hlm.

83

²⁰ Pengembangan Kbbi Daring, “Strategi”, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>, pada hari Rabu, 22 Januari 2020, pukul 16.22 wib.

²¹ Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung, PT. Alumni, 1986), hlm. 97.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dirancang sebaik mungkin dalam perencanaan programnya agar selalu menjaga dan menarik audiens²².

Menurut Fred Wibowo, “ kunci sukses dari setiap program televisi sebagian berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi “²³.

Keberhasilan suatu program televisi bergantung pada perencanaan serta pelaksanaan strategi dengan tetap berpedoman pada kode etik dan undang-undang penyiaran sehingga tidak menimbulkan penyimpangan yang dapat merugikan berbagai pihak.

Kreatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan, bersifat (mengandung) daya cipta: pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi²⁴. Menurut *Creative Education Foundation*, “kreatif merupakan kemampuan terobosan baru dalam situasi yang tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang unik.²⁵”

Berdasarkan berbagai pengertian diatas dapat dikatakan bahwa strategi kreatif adalah sebuah perencanaan produksi program acara dengan menggunakan terobosan dan inovasi-inovasi baru agar dapat menarik minat audiens dalam menonton program acara tersebut.

Menurut Naratama, ada 13 elemen strategi kreatif dalam produksi acara, yaitu:²⁶

a. Target Penonton

Target penonton digunakan untuk mengetahui target sasaran. Target penonton terdiri dari usia, jenis kelamin, dan

²² *Ibid*, Hidajanto Djamil dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, hlm. 135.

²³ *Ibid*, Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, hlm.21.

²⁴ Pengembangan Kbbi Daring, “Kreatif”, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kreatif>, pada hari Rabu, 22 Januari 2020, pukul 17.54 wib

²⁵ Andi Fachruddin. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2015), hlm.1.

²⁶ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, (Jakarta:Grasindo,2004), hlm. 111-118.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga status sosial. Adapun masing-masing dari target penonton tersebut:

a) Usia

A (Anak): <12 tahun

R (Remaja): 12-18 tahun

D (Dewasa): >18 tahun

SU : Semua Umur

R-BO : Remaja Bimbingan Orang Tua

b) Jenis Kelamin

L : Laki-laki

P : Perempuan

c) Status Sosial

Menurut Lloyd Warner (1941) kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian diantaranya²⁷:

A+ : kelas atas bagian atas

A : kelas atas bagian bawah

B+ : kelas menengah bagian atas

B : kelas menengah bagian bawah

C+ : kelas bawah bagian atas

C : kelas bawah bagian bawah

b. Bahasa Naskah

Bahasa naskah berupa kata-kata yang digunakan dalam naskah baik berupa drama maupun nondrama. Bahasa yang digunakan dalam naskah disesuaikan dengan target penonton agar program acara banyak diminati oleh penonton..

c. Format Acara

²⁷ *Ibid*, Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi* hlm.174-175.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Format acara televisi merupakan perencanaan dasar dari konsep acara televisi yang menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang di sesuaikan dengan tujuan dan target pemirsanya²⁸.

d. *Punching Line*

Punching line adalah kejutan berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa dalam naskah yang dimainkan oleh pemain yang sengaja dituliskan untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan bosan..

e. *Gimmick and Funfare*

Gimmick adalah trik-trik berupa *sound effect*, ilustrasi musik, mimik, ekspresi dan akting pemain, *jokes* (kelucuan), teknik editing dan pergerakan kamera gunakan mendapatkan perhatian penonton.

Sedangkan *Funfare* adalah puncak acara dalam bentuk kegembiraan, keindahan, dan kebersamaan yang menghasilkan keributan ataupun kemeriahan dalam acara. Biasanya *funfare* terletak diakhir acara.

f. *Clip Hanger*

Clip hanger adalah sebuah *scene* atau *shot* yang diibandingkan untuk membuai penonton dengan membuat penonton penasaran tentang apa yang akan terjadi selanjutnya dikarenakan adegan terpaksa dihentikan oleh masuknya *commercial break* (iklan).

g. *Tune and Bumper*

Opening tune merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit, dan *bumper* adalah identitas perantara acara dengan durasi 5 detik. *Tune* dan *Bumper* harus dibuat semenarik mungkin karena akan selalu diputar

²⁸ *Ibid*, Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, hlm. 63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ulang setiap memulai ataupun mengakhiri tayangan supaya dapat diingat oleh penonton.

h. Penataan Artistik

Penataan artistik atau tata panggung antara program acara satu dengan yang lainnya berbeda. Hal ini disesuaikan dengan acaran yang akan diproduksi. Penataan artistik merupakan panduan kameraman dalam menentukan *blocking*.

i. Musik dan *Fashion*

Musik dan *fashion* berupa *wardrobe*, *make up*, dan *property* disesuaikan dengan segmentasi penonton agar tertarik pada suatu program.

“*Without good music and up-date fashion, your program would be not watched by your targeted viewers*”.²⁹ (tanpa music yang bagus dan *fashion* terkini, program anda tidak akan disaksiskan oleh target penonton anda).

j. Ritme dan Birama Acara

Tempo yang terdapat didalam acara dilakukan secara santai ataupun dengan menggebu-gebu yang digunakan untuk mengindari kejenuhan penonton.

k. Logo dan Musik *Track* untuk *ID Tune*

Sebuah program televisi harus memiliki logo dan *musik track*. Logo acara dan *musik track* yang baik yaitu yang mudah diingat dan enak untuk diminati agar penonton merasa *familiar* terhadap logo maupun *musik track* program acara.

l. *General Rehearsel* (GR)

General Rehearsel (GR) adalah latihan yang dilakukan sebelum proses syuting agar tidak terjadi kesalahan pada saat

²⁹ *Ibid*, hlm. 117.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produksi. *General rehearsal* biasanya memperhatikan *camera blocking, lighting, dan audio*.

j. *Interactive Program*

Interactive program digunakan untuk mengetahui minat penonton sebagai pengembangan ide kreatif dan penonton merasa dilibatkan. *Interactive program* dengan penonton biasanya melalui interaktif melalui email, faks, website, SMS yang tertera pada sebuah program acara.

3. Produser

Produser dalam pertelevisian memiliki tanggung jawab yang besar terhadap program acaranya. Produser harus memiliki kemampuan dalam berfikir dan menuangkan ide pemikirannya pada suatu program baik secara baik dan sistematis. Produser harus memiliki kemampuan dalam memimpin dan dapat bekerjasama dengan seluruh kerabat kerja dan unsur-unsur produksi yang.³⁰ Dalam kerjanya, produser merupakan pemimpin, koordinator, dan penanggung jawab program acara.³¹ Produser mengamati dari tahap awal hingga acara tersebut sampai kepada pemirsanya. Produser bertanggung jawab dari tahap praproduksi, tahap produksi hingga tahap pascaproduksi. Pada tahap praproduksi, produser bertanggung jawab pada perencanaan konsep dan biaya, melakukan pembicaraan (*meeting*) dengan penulis naskah dan menyetujui saran dari kerabat kerja lainnya. Pada tahap produksi, produser mengawasi seluruh proses kegiatan produksi yang berlangsung, membantu kameraman dalam pengambilan gambar-gambar yang akan digunakan saat rekaman. Lalu produser di tahap pascaproduksi, produser menyetujui hasil akhir sesuai rancangan yang telah dibuat dan juga melakukan evaluasi terhadap produksi yang telah dilakukan.

³⁰ Tommy Suprpto, *Berkarir di Bidang Broadcasting*, (Yogyakarta : Media Pressindo, 2006)

³¹ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta : Pinus Book Publisher, 2007), hlm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Produksi Program Televisi

Produksi adalah merealisasikan konsep dalam naskah ataupun *rundown* menjadi bentuk *audio visual* sesuai dengan rencana kerja yang sudah dibuat dan melibatkan bagian-bagian lainnya yang bersifat teknis. Agar konsep tersebut dapat dilihat harus menggunakan peralatan (*equipment*) dan juga orang (*operator*) terhadap peralatan agar dapat beroperasi atau yang lebih dikenal dengan *production service*.³²

Produksi ialah membuat suatu program tayangan TV yang terdiri dari: pra-produksi adalah proses persiapan untuk pembuatan suatu acara TV, produksi adalah proses pembuatan suatu acara TV, pasca produksi adalah proses pengeditan atau pengecekan suatu program acara yang tidak langsung agar menjadi suatu program acara yang bagus.

Setelah perencanaan dan persiapan matang, maka pelaksanaan produksi dimulai. Pengarah acara memimpin jalannya produksi bekerjasama dengan kru dan artis yang terlibat. Masing-masing kru melaksanakan tugasnya seperti *rehearsal* yang telah dilakukan sebelumnya dan sesuai naskah maupun *rundown* yang ada. Apabila program acara bukan siaran langsung maka semua pengambilan gambar dicatat oleh bagian pencatat dengan menyertakan waktu, isi adegan, dan tanda bagus atau tidak. Catatan ini nantinya akan berguna saat proses *editing*. Biasanya gambar hasil *shooting* dikontrol setiap akhir shooting hari itu juga untuk melihat apakah hasil pengambilan gambar sudah bagus apabila tidak maka adegan itu perlu diulang pengambilan gambarnya.

a. Manajer Produksi

Pada dasarnya bagian produksi menjadi bagian dari departemen program namun pada banyak stasiun TV besar

³² Cipto Setyobudi, *Teknologi Broadcasting TV*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), hlm. 57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagain produksi sudah menjadi bagain yang terpisah dari departement program karena bagain ini memiliki personalia dan sumber daya yang besar karenanya menjadi departement tersendiri yang disebut dengan departement produksi yang dipimpin seorang manajer atau direktur produksi. Dalam hal ini orang yang menduduki posisi manager produksi bertanggung jawab kepada manajer umum atau direktur utama stasiun penyiaran.

Manajer produksi bertanggung jawab terhadap sejumlah pekerjaan, diantaranya:

- 1 Meproduksi program lokal (in-house), iklan dan pelayanan umum serta pengumuman (Promotional announcement).
- 2 Mengawasi seluruh pemain serta personalia produksi.
- 3 Melakukan penjadwalan program siaran langsung (*live*) atau produksi yang direkam.
- 4 Mengawasi seluruh isi program yang ditayangkan, dari mana pun sumbernya.

Departement produksi dapat diorganisir secara vertikal dan horizontal :

- 1 Vertikal. Pada sistem ini, komando produksi mengalir dari atas ke bawah, misalnya dari produser kepada sutradara, dan selanjutnya kepada staff kreatif dan produksi.
- 2 Horizontal. Setiap anggota tim produksi memiliki kewenangan yang sama dan keputusan dibuat bersama.

Pada umumnya mekanisme kerja produksi program menggabungkan kedua aspek tersebut, dimana produser atau sutradara membuat berbagai keputusan penting namun keduanya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tetap membutuhkan bantuan, dukungan, arahan dan masukan dari seluruh tim kreatif dan tim yang terlibat. Tim produksi bukanlah tim yang murni demokrasi, namun selalu membutuhkan kerja kolektif dari seluruh individu yang terlibat.³³

Menurut Millerson, ada beberapa istilah untuk tiap-tiap profesi dalam sebuah tim produksi dengan tugas yang diembannya antara lain:³⁴

1. Executive produser

Merupakan pimpinan yang bertanggung jawab atas organisasi dan administrasi keseluruhan tim produksi. Yang mengawasi dan mengkoordinasi bisnis manajemen, termasuk anggaran biaya program dan tuganya dapat juga lebih luas lagi seperti mengatur kerja sama dengan pihak lain demi kepentingan produksi

2. Produser

Bertanggung jawab atas manajemen dalam sebuah produksi, mengawasi *staf* dan *crew*, mengkoordinasi antar *departement*, menerima dan memeriksa naskah, membuat jadwal produksi, melakukan pemilihan dan pembuatan konsep program dan bekerjasama dengan penulis, menugaskan *Production Director* atau program *director* dan tetap mengawasi akan jadwal dan tenggat waktu.

3. Program Director

Bertanggung jawab atas hasil audio dan visual yang diciptakan, mengarahkan pemain, megkordinif seluruh *crew* baik yang berada di *control room* maupun di studio *floor*, Director juga harus memperhatikan beberapa monitor sekaligus, baik monitor kamera atau dari sumber video yang

³³ Morisson, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 269

³⁴ Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Duta Wacana University press, 1994), hlm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- lain (Vtr) dan memilih staf- staf yang akan direkam.
4. Assistant Director

Membantu program Director dengan menyiapkan pemain, peralatan dan bahan- bahan yang digunakan, juga mengarahkan anggota tim produksi lainnya.
 5. Production Assistant

Bertanggung jawab membantu produser, director dan anggota *crew* yang lain biasanya bekerja di *control room* dengan macam-macam catatan, membuat perubahan-perubahan yang perlu pada naskah, membagikan naskah pada sebuah *crew*, menyiapkan bahan pendukung produksi *assistant* sering bekerja distudio *floor*, memegang *cue card* untuk pemain, membisikan kepada pemain dialog yang harus diucapkan apalagi kelupaan selama latihan.
 6. Technical Director

Bertanggung jawab dalam mempersiapkan dan menyetel semua peralatan yang akan dipergunakan, supaya alat yang satu dan dengan yang lainnya bisa sinkron bertugas mengawasi *crew* teknis dan peralatan teknis lainnya, sering *technical director* bertindak sebagai *Switcher* mengoperasikan peralatan *video mixer*.
 7. Lighting Director

Bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan tata cahaya. Mengatur penempatan sumber cahaya, mengarahkannya sehingga peroleh efek yang diinginkan.
 8. Art Director

Bertanggung jawab untuk merencanakan setting dekorasi, mengawasi kontruksi set, penatan Grafik.
 9. Floor Director

Bertanggung jawab atas pelaksanaan produksi didalam studio *floor* melihat bahwa segalanya berlangsung baik,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bertindak sebagai penghubung untuk menyampaikan pesan-pesan program director pada *crew* dan pemain, memberi aba- aba atau tanda kepada pemain setelah mendapatkan perintah dari sutradara.

10. Juru Kamera

Mempersiapkan kamera dan mengatur kamera sehingga memperoleh gambar komposisi yang baik.

11. VT Operator

Bertanggung jawab atas kualitas teknik hasil rekaman pada VCR (*Video Cassette Recorder*) sekaligus mengoperasikannya. Selain pihak- pihak yang terlibat dalam proses produksi, ada pula bagian-bagian dalam organisasi televisi secara umum.³⁵

C. Konsep Operasional

Konsep operasional yaitu merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur. Konsep operasional digunakan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel yang terkait, agar peneliti dapat mengetahui skala pengukuran masing-masing variabel sehingga dapat menjadi alat bantu bagi peneliti.

Peneliti menyimpulkan bahwa streategi kreatif produser adalah sebuah perencanaan produksi program acara dengan menggunakan terobosan dan inovasi-inovasi baru

Didalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada strategi kreatif yang harus dimiliki seorang produser, strategi kreatif ini menjadi faktor terpenting dalam memproduksi program. Adapun 13 elemen strategi kreatif yang digunakan yaitu (*Target Penonton, Bahasa Naskah, Format Acara, Punching Line, Gimmick, dan Funfare, Clip Hanger, Tune dan Bumper, Penataan Artistik, Musik dan Fashion, Ritme dan Birama Acara,*

³⁵ Darwanto Sastro Subroto, *Ibid*, hlm. 172



Logo dan Musik *Track ID Tune, General Rehearsal, Interactive Program*). Berikut ini adalah konsep operasionalnya :

- a. Target Penonton : Sasaran penonton program Sekar Gending.
- b. Bahasa Naskah : Bahasa yang digunakan sesuai dengan target penonton.
- c. Format Acara : Landasan kreativitas dan desain produksi yang di sesuaikan dengan target penonton Program Sekar Gending.
- d. *Punching Line* : Dialog pada program Sekar Gending yang berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa.
- e. *Gimmick* dan *Funfare* : *Gimmick* merupakan trik untuk menarik perhatian penonton. *Funfare* adalah puncak kemeriahan program Sekar Gending
- f. *Clip Hanger* : *Scene* untuk membuai penonton dan membuat penasaran penonton setelah *commercial break* program Sekar Gending.
- g. *Tune* dan *Bumper* : *Tune* identitas program Sekar Gending
- h. Penata Artistik : Penyusunan tata panggung secara keseluruhan agar dapat terlihat menarik secara visual.
- i. Musik dan *Fashion* : Persembahan yang ditampilkan secara *audio* dan *visual* agar dapat memuaskan penonton program Sekar Gending.
- j. Ritme dan Birama Acara : Tempo dalam acara agar menghindari kejenuhan penonton program Sekar Gending
- k. Logo dan Musik *Track* untuk *ID Tune* : Logo dan Musik *track* bertujuan untuk membuat penonton *familiar*.
- l. *General Rehearsal* : Latihan yang dilakukan sebelum *shooting* program Sekar Gending.
- m. *Interactive Program* : Digunakan untuk mengetahui minat penonton program Sekar Gending.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan pada program acara *Sekar Gending* yang berkaitan dengan strategi kreatif produser. Dengan dilatar belakangi kerangka teori selanjutnya penulis merumuskan kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam penelitian. Kerangka pemikiran ini menggunakan konsep 13 elemen strategi kreatif Naratama (Target Penonton, Bahasa Naskah, Format Acara, *Punching Line*, *Gimmick*, dan *Funfare*, *Clip Hanger*, *Tune* dan *Bumper*, Penataan Artistik, Musik dan *Fashion*, *Ritme* dan *Birama Acara*, Logo dan Musik *Track ID Tune*, *General Rehearsal*, *Interactive Program*). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati³⁶. Selain itu, penelitian jenis ini juga mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan dasar teori, mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan focus memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data³⁷.

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut diperoleh setelah menguraikan fakta-fakta yang didapat dan menjadi fokus penelitian. Berdasarkan fakta yang didapat kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan tertentu.³⁸

Penelitian ini memaparkan dan menganalisis hasil wawancara dengan produser, editor, maupun kameraman program acara *Sekar Gending*, hasil observasi proses produksi program acara *Sekar Gending* dan melihat file tayangan program acaranya.

³⁶ Lexy. J Moleong *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2017), hlm.4

³⁷ *Ibid*, hlm.8

³⁸ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Televisi Lokal I Channel TV Bandung. Penelitian telah dilakukan pada bulan Oktober hingga Desember 2020.

C. Sumber Data Penelitian

Ketepatan dalam memilih dan menetapkan jenis sumber data dari berbagai macam sumber data merupakan hal yang penting bagi peneliti. Adapun sumber data dari penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder yang dijelaskan sebagai berikut

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang secara langsung diberikan kepada pengumpul data. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, dan observasi.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi berupa foto, arsip dan lainnya sebagai bahan pelengkap penelitian.³⁹

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi tentang penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian⁴⁰. Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara purposive. Purposive adalah Teknik penentuan sampel/subjek dengan pertimbangan kriteria-kriteria tertentu agar dapat menghasilkan sampel/subjek secara

³⁹ Jalaludin Rachmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya. 2005), hlm. 24

⁴⁰ Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana. 2008), hlm. 76



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

logis dan dianggap dapat mewakili populasi dan dapat menjawab permasalahan penelitian. Informan penelitian terbagi menjadi 2 yaitu⁴¹

1. Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan orang yang ahli dan sangat memahami serta dapat memberikan penjelasan terhadap hal yang berkaitan dengan penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Produser. Produser program acara televisi Sekar Gending yaitu Rori Yanto, Sumber data dari hasil wawancara mengenai beberapa strategi kreatif yang dilakukan.
2. Informan Tambahan yaitu orang yang dapat ditemukan di wilayah penelitian dan dapat memberikan informasi terhadap masalah penelitian. Informan tambahan dalam penelitian yaitu kameraman dan editor.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui pengamatan yang jelas, rinci, lengkap, dan sadar tentang perilaku individu sebenarnya didalam keadaan tertentu dan mencatat hasil yang sudah diteliti. Observasi merupakan pengumpulan data secara langsung dan dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala/ fenomena/ objek yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dan personal dengan yang informan penelitian. Pewawancara mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan Rori Yanto sebagai

⁴¹ Ruslan Rosady. *Metode Penelitian : PR dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2006), hlm. 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produser program acara *Sekar Gending*, serta beberapa kerabat kerja yang termasuk kedalam program acara *Sekar Gending*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menganalisis arsip maupun dokumen lapangan observasi objek suatu penelitian yang dapat menghasilkan data terkait dengan permasalahan penelitian.

F. Validitas Data

Validitas data membuktikan apa yang telah diamati peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas kualitatif terletak pada proses sewaktu priset turun ke lapangan mengumpulkan data dan sewaktu proses analisis interpretatif data⁴². Validitas data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu jenis analisis triangulasi, yaitu analisis triangulasi data yang mana menganalisis jawaban dan meneliti kebenarannya dengan data empiris. Kevaliditasan data didapatkan dengan menggunakan pengambilan data dengan cara menggabungkan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi⁴³.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena dalam menganalisa data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, data tersebut berupa informasi dan uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya.

⁴² Rahmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana. 2014), hlm. 70

⁴³ Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2005), hlm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan tahap pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dengan beberapa langkah seperti yang dikemukakan oleh Lexy J. Moelong sebagai berikut:

1. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.
4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat⁴⁴

⁴⁴ Lexy J. Moelong. *Prosedur Penelitian*, (Bandung: PT Rineka Cipta. 2004), hlm. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah I CHANNEL TV BANDUNG

1. Profil Perusahaan

Salah satu TV lokal yang ada di Bandung adalah I CHANNEL TV Bandung, dengan menempati kanal 26 UHF di wilayah Kabupaten Bandung Barat. I CHANNEL TV Bandung bernaung di bawah badang hukum PT. Bandung Media Visual sebagai lembaga penyiaran swasta dan merupakan salah satu stasiun TV yang memproduksi program-program televisi seputar kota Bandung. Stasiun TV ini mulai mengudara pada 10 Oktober 2012. Sesuai dengan slogannya yakni "Warna-warni Bandung", I CHANNEL TV berkomitmen untuk menyuguhkan tayangan yang berwarnam berkualitas, inovatif dan edukatif untuk pemirsanya. Kehadiran I CHANNEL TV diharapkan menjadi alternatif terbaik bagi masyarakat Bandung dalam upaya pengembangan budaya sebagai bagian Sistem Budaya Masyarakat Indonesia. Ciri lokalitas yang ditampilkan, diharapkan dapat menjadi modal yang tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat Bandung, tapi juga bagi keanekaragaman Sistem Budaya Indonesia.⁴⁵

PT. Bandung Media Visual awalnya beralamatkan di Jl. Sarimanah Raya No. 49 Kel. Sarijadi, Kec. Sukasari Bandung 40151, namun saat ini beralamatkan di Jl. Prof. DR. Sutami, Komp. Sentrasari Mall Blok B4 No.74, Bandung 40163. Perusahaan ini dipimpin oleh seorang General Manager yaitu Inka Prawirasastra.⁴⁶ Adapun logo perusahaan yang berlaku saat ini adalah sebagai berikut:

⁴⁵ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

⁴⁶ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.1 Logo I CHANNEL TV Bandung

Komitmen terbaik yang diberikan perusahaan ini bagi seluruh pemirsa sebagai media penyiaran swasta yang berkualitas terwujud dalam Izin Penyelenggaraan Penyiaran Tetap yang sah oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi dengan nomor : 44/KEP/M.KOMINFO/02/2011 pada tanggal 2 Februari 2011.⁴⁷

Sebagai kota yang dinamis, masyarakat kota Bandung selalu membutuhkan informasi terkini seputar kota tercinta mereka sehingga perkembangan media televisi lokal di Kota Bandung berkembang pesat dengan banyaknya pilihan kanal televisi lokal di kota ini. Dengan perkembangan kota Bandung yang pesat, geliat industri kreatif yang dimotori generasi muda di kota Bandung pun bergerak cepat. Untuk itulah I Channel TV fokus pada segmentasi kaum muda sebagai jawaban atas kebutuhan informasi mereka.⁴⁸

2. Perkembangan Perusahaan

Data perusahaan I CHANNEL TV menjelaskan perkembangan perusahaan I CHANNEL TV mengenai *Positioning* dan *Targeting*, segmentasi, serta jam siaran dan *coverage area*, yaitu :

- a. *Positioning* dan *Targeting*
 - 1) *Life Style*
 - 2) *Entertainment*
 - 3) Edukasi

⁴⁷ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

⁴⁸ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) *City Centric*
 - 5) Fokus pada informasi berkualitas seputar gaya hidup, hiburan, musik, dan industri *creative*.
 - 6) Memposisikan kaum muda urban sebagai pemirsa setianya sesuai dengan slogan “Warna – Warni Bandung”.
- b. Segmentasi
- 1) Psikografis
 - a) Modern
 - b) Dinamis
 - c) Lokalitas
 - d) Peka terhadap trend
 - e) Haus informasi seputar kota Bandung
 - 2) Demografis
 - a) SES B-D dengan sedikit irisan SES A
 - b) Usia produktif
 - c) Keluarga
 - 3) Geografis

Bertempat tinggal di kota :

 - a) Bandung
 - b) Kab. Bandung
 - c) Cimahi
 - d) Perbatasan Garut
- c. Jam siaran dan *Coverage Area*
- 1) Jam siaran I CHANNEL TV Bandung :
Pukul 06:00 hingga pukul 00:00 WIB
 - 2) *Coverage Area* I CHANNEL TV Bandung :
Seluruh wilayah kota Bandung, Kab Bandung, Cimahi, Bandung Barat, Cianjur, Sumedang, Majalengka, Subang, Sebagian wilayah Garut, Tasikmalaya dan Bogor.⁴⁹

⁴⁹ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Visi dan Misi I CHANNEL TV Bandung

1. Visi

“Menjadi Stasiun Televisi terbaik di wilayah Bandung Raya yang mampu memberikan isi siaran paling sesuai bagi kebutuhan dan karakter masyarakatnya”.⁵⁰
2. Misi I Channel TV yaitu:
 - a. I CHANNEL sebagai media informasi persuasif yang layak dan benar bagi masyarakat Bandung dan sekitarnya
 - b. I CHANNEL sebagai media pendidikan, informasi, dan hiburan yang mampu memberikan hal terbaik bagi pengembangan sumber daya manusia di Bandung dan sekitarnya.
 - c. I CHANNEL berupaya mendukung program pemerintah daerah termasuk visi dan misi Pemda Jabar.
 - d. I CHANNEL sebagai media yang mampu mempertahankan kelangsungan usaha dan lembaganya dalam mencapai tujuan
 - e. I CHANNEL sebagai media menggali, mempertahankan dan mengembangkan social, budaya, dan lingkungan hidup secara lokal di wilayah Bandung dan sekitarnya.
 - f. I CHANNEL sebagai badan usaha dan lembaga siaran yang tetap berpedoman pada regulasi dan etika lokal maupun nasional.

C. Logo Perusahaan

1. Logo Perusahaan



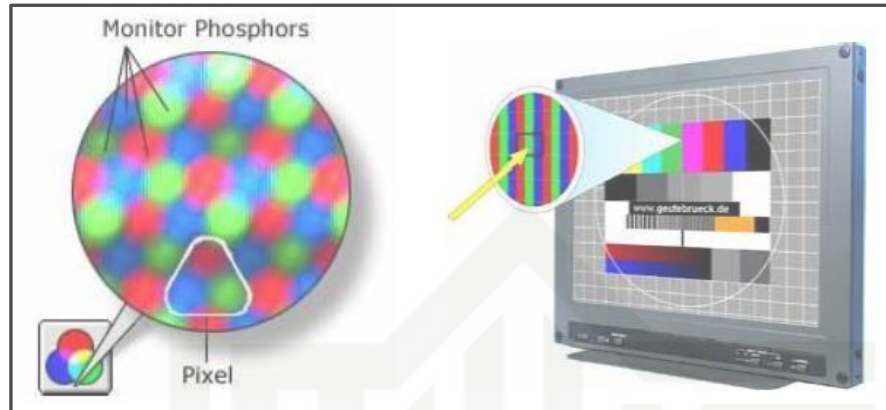
Gambar 4.2 Logo I CHANNEL TV Bandung

⁵⁰ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Arti Logo Perusahaan

a. *Shape Rational*Gambar 4.3 *Shape Rational*

Standarisasi bentuk logo diambil dari bentuk pixel televisi setelah di zoom hingga ukuran micron image yang dihasilkan membentuk bulatan warna warni.

b. *Colour Rational*

Standarisasi warna logo mangkomparasi dari poin misi perusahaan yang mengedepankan 3 aspek dalam peranannya sebagai media, pendidikan, dan hiburan dengan warna sebagai berikut :

1) Merah

Sebagai warna primer yang kuat, tegas berasosiasi dengan informasi berita yang objektif, tegas dan kuat bagi pemirsanya.

2) Biru

Warna biru dipercaya dapat mengeluarkan zat-zat menyenangkan dalam tubuh, mempunyai kesan menenangkan pada tekanan darah, denyut nadi, dan tarikan nafas. Berasosiasi dengan hiburan yang menenangkan pemirsanya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Kuning

Dalam *psikologis* warna, kuning dapat dikaitkan dengan kecerdasan, ide baru serta kepercayaan terhadap potesi diri. Warna ini adalah warna yang sangat positif sehingga dapat dipakai untuk menghilangkan keraguan, melambangkan kejujuran, mengeliminasi pemikiran negatif, dan memberi semangat. Berasosiasi dengan pola pendidikan yang optimis dan menggali potensi pemirsanya.

c. *Font Rational*

1) *Helvetica* pada tulisan “CHANNEL BANDUNG”

Sebagai *font* yang paling umum digunakan di dunia ini, *heltevica* menjadi *font* yang bersifat sosialis atau kerakyatan, membumi, rendah hati, bisa dinikmati semua orang, menyebar memahami “*insight*” dan akrab dengan massa yang besar. Pilihan *font* ini sama dan sebangun dengan visi – misi *I Channel* sebagai stasiun televisi terbaik di wilayah Bandung Raya yang mampu memberikan isi siaran paling sesuai bagi kebutuhan dan karakter masyarakat Bandung Raya.⁵¹

2) *Franklin Gothic* pada huruf “I”

Font yang diciptakan oleh Morris Fuller Benton ini banyak dipakai oleh majalah dan koran pada era modern (1872 – 1948) dan sebagai *font* yang menginterpretasikan kebutuhan media membuat *font* ini sebagai baris terdepan (*avant garde*) seperti tercemin dari revolusi kebudayaan Rusia dalam hal membuat perubahan cara pandang *bermedia* yang lebih baik.⁵²

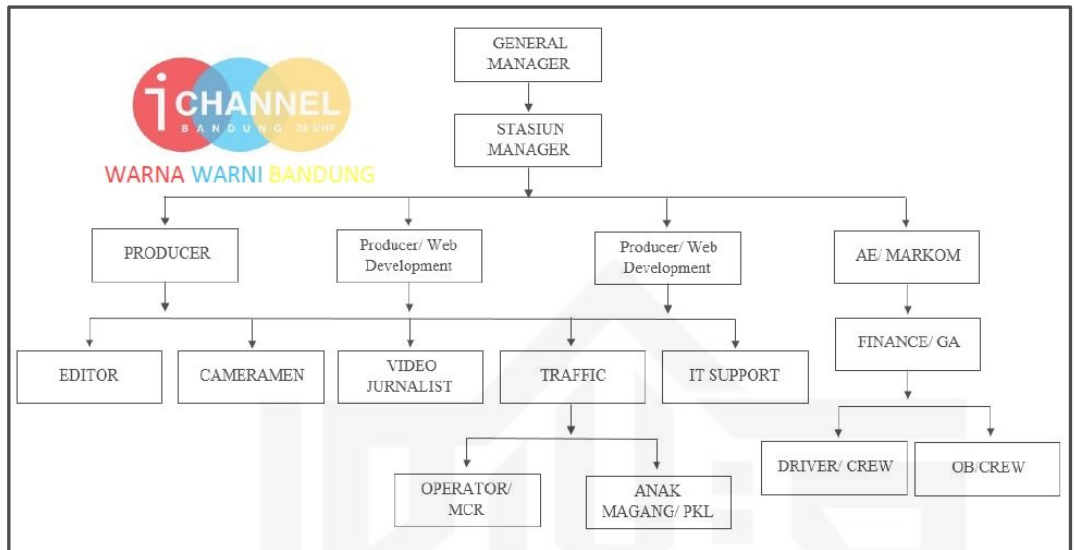
⁵¹ Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

⁵² Sumber Arsip Bagian Umum I CHANNEL TV

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Struktur Organisasi



Gambar 4.4 Struktur Organisasi I CHANNEL TV Bandung

E. Kepegawaian

Tabel 4.1 Kepegawaian I CHANNEL TV Bandung

No	Jabatan	Nama Pegawai	Jumlah Pegawai
1.	<i>General Manager</i>	Inka Prawirasastra	1 Orang
2.	<i>Finance</i>	Devi Juliani R	1 Orang
3.	<i>Sales Marketing</i>	Ria Rinjani	2 Orang
		Amanda Calista	
4.	Produser	Rori Yanto	4 Orang
		Fajar Irianto	
		Frasetya Vady Aditya	
		Adhie Fahmi	
5.	<i>Traffic</i>	Jessica Shintike	1 Orang
6.	<i>IT dan Library</i>	Jakaria Muliawan	1 Orang
7.	<i>Camera Person</i>	I Nyoman Mahayekti	2 Orang
		Asep Dwiky D	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8.	<i>Editor</i>	Arwan Riansyah L	3 Orang
		Agung Mahardika	
		Zafril Hakim	
9.	<i>Grafis</i>	Eky Rizky Anugrah	1 Orang
10.	<i>Video Journalist</i>	Asep Dwiky D	1 Orang
11.	<i>Transmission Operator</i>	Eka Jatnika	4 Orang
		Candra	
		Fitrah	
		Iman Sukiman	
12.	<i>Driver/Crew</i>	Herman Susilo	1 Orang
13.	<i>OB/Crew</i>	Sutanto	1 Orang
Jumlah Pegawai <i>I Channel</i> TV Bandung			23 Orang

F. Pola Acara I CHANNEL TV Bandung

Tabel 4.2 Program Acara I CHANNEL TV Bandung

No	Mata Acara	Durasi	Keterangan
1.	Ruang Musik		Hiburan/ <i>Music show</i>
2.	Happy Pagi		<i>Magazine Show</i>
3.	Talkselow		<i>Talkshow</i>
4.	Bumi Parahyangan		Edukasi
5.	Warta Pasundan		<i>News</i>
6.	Cingciripit		Edutainment
7.	Sanguan Waak		Hiburan / Kuliner
8.	Sekar Gending		<i>Talkshow</i> / Pendidikan
9.	Ini Kpop		Hiburan / Musik



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11.	Calung Banyol		Hiburan
12.	Balakutak		Hiburan
13.	Nostalria		Hiburan
14.	What's On		Hiburan

G. Program Sekar Gending

Program Sekar Gending adalah program budaya tatar parahyangan. Program *talkshow* yang membahas tentang kebudayaan sunda dengan mengundang narasumber terkait pembahasan setiap episode program. Sekar Gending dipandu oleh pembawa acara atau *host* yang juga seorang salah satu pesinden sunda terkenal, Rita Tila. Jam tayang pada program Sekar Gending di I CHANNEL TV Bandung setiap hari Kamis dan Jumat pukul 19.00 – 20.00 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti mengenai strategi kreatif produser dalam mempertahankan program budaya Sekar Gending di I Channel TV Bandung, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam 13 strategi kreatif produser yakni target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick* dan *funfare*, *clip hanger*, *tune and bumper*, penataan artistic, musik dan *fashion*, ritme dan birama acara, logo dan *music track* untuk ID *Tune*, *general rehearsal*, dan *interactive program*. Produser program Sekar Gending lebih menekankan dan lebih dominan pada 3 strategi kreatif yaitu Format acara, Musik dan *Fashion*, *Gimmick* dan *Funfare*.

Format acara pada program Sekar Gending produser lebih dominan kepada pemilihan tema dalam proses produksi dikarenakan produser lebih menekankan kepada konsep utama program Sekar Gending yaitu pelestarian kebudayaan lokal Jawa Barat.

Musik dan *fashion* juga merupakan strategi kreatif produser yang lebih dominan. Dalam musik produser lebih diuntungkan sebab program Sekar Gending memiliki pembawa acara atau *Host* yang juga merupakan seorang pesinden terkenal Jawa Barat sehingga banyak penampilan musik yang ditayangkan. *Fashion* dalam program Sekar Gending lebih kepada *wardrobe* pembawa acara dan narasumber menggunakan pakaian khas Jawa Barat.

Gimmick dan *funfare*. Strategi kreatif ini merupakan puncak pada program Sekar Gending itu sendiri yakni menampilkan penetasan kesenian sesuai narasumber yang ditayangkan. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan, serta mempertahankan kebudayaan lokal Jawa Barat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Untuk produser, diharapkan agar bisa menjaga kualitas acara dan terus melahirkan ide dan inovasi-inovasi baru agar penonton tidak pindah ke program lain.
2. Untuk produser, diharapkan agar lebih banyak menampilkan pertunjukan tradisional yang menjadi tema produksi agar selalu menunjukkan kekayaan akan kebudayaan lokal di Jawa Barat
3. Untuk program Sekar Gending, penulis berharap agar dapat memberikan tampilan edukatif, dalam mempertahankan kebudayaan lokal Jawa Barat.
4. Untuk I Channel TV Bandung, penulis berharap akan penambahan anggota *creative* dalam membantu produser dalam pembuatan ide kreatif program.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting to be broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Berry, David. 2003. *Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana
- Djamal, Hidajanto, dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group
- Effendi, Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: PT Alumni
- Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar – Dasar Produksi Televisi : Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- J. Moleong, Lexy. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- J. Moleong, Lexy. 2004. *Prosedur Penelitian*, Bandung: PT. Rineka Cipta
- Kriyantono, Rahmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Latief, Rusman. 2020. *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Jakarta: Kencana
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Kencana



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rodaskarya
- Nana, Syaodih. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*, Jakarta: Grasindo
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rachmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sarwono, Sarwitoa Wirangan. 2005. *Teori-teori Psikologi Sosial*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Set, Sony. 2008. *Menjadi Perancan Program Televisi Profesional*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Setyobudi, Cipto. 2006. *Teknologi Broadcasting TV*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers
- Subroto, Darwanto Sastro. 1994. *Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana University Press
- Suprpto, Tommy. 2006. *Berkarir di Bidang Broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka

Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta: Pinus Book Publisher

Jurnal

Agnesia, Gita dan Luki Sahidan. 2018. “Strategi Kreatif Programmer dalam Menaikkan Eksistensi Program Shio Asia di Tengah Fenomena Korean Wave”. (Jurnal Komunikasi, Volume 11, No.3)

Fachrudin, Andi. 2014. “Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI”. (Jurnal Visi Komunikasi, Vol.13, No.01)

Fanastar, Buana. 2015. “Analisis Proses Produksi Siaran Berita Televisi Khobar Etam di TVRI Kalimantan Timur”. (eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.3, No.4)

Febriyana, Dina. 2013. “Proses Produksi Program Talkshow “Redaksi 8” pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda”. (eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.1, No.4)

Handayani, Nunik. 2013. “Televisi Lokal dalam Perencanaan Strategi Kreatif Program Berbasis Lokalitas Sebagai Wujud Eksistensi Media”. (Jurnal Sosial, Vol.14, No.2)

Juditha, Christiany. 2015. “Televisi Lokal dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di Sindo TV Kendari)”. (Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, Vol.16, No.1)

Khusna, Ida Arifatul. 2018. “Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembang di AdiTV Yogyakarta”. (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta, Vol.1 No.1)

Murtiadi. 2019. “Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans TV”, (Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.6. No.6)

Robin, Patricia. 2014. “Analisis Produksi Program Fashion I LOOK di Net TV”, (Jurnal Visi Komunikasi, Vol.13, No.1)

Sakti, Basith Pujo dan Jeanie Annissa. 2018. “Strategi Produser Program Acara Radio Jadul di Jak TV dalam Mempertahankan Animo Penonton”. (Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.3)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Internet

<http://ichanneltv.co.id/about-us/#contact-ichannel>, akses pada hari Selasa, 3 Maret 2020, Pukul 13.44 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kreatif>, akses pada hari Rabu, 22 Januari 2020, pukul 17.54 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>, akses pada hari Rabu, 22 Januari 2020, pukul 16.22 WIB

DOKUMENTASI



Studio I Channel TV Bandung dari luar



Studio I Channel TV Bandung dari luar

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto bersama produser program Sekar Gending Rori Yanto



Ruang Produser

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Studio I Channel TV Bandung



Studio I Channel TV Bandung



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Nomor
Lampiran
Hal

: B-468/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2020

Pekanbaru, 6 Jumadil Akhir 1441 H

: 1 Berkas

31 Januari 2020 M

: Penunjukan Pembimbing
a.n **Fajar Rizaldi Pratama**

Kepada Yth,

Sdr. Muhammad Badri, M.Si

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Assalamualaikum wr. wb,

Dengan hormat,

Berdasarkan hasil musyawarah Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penentuan judul Skripsi dan pembimbing mahasiswa bernama **Fajar Rizaldi Pratama** NIM 11643101419 Dengan judul "**Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending Di I Channel TV Bandung.**"(synopsis terlampir), maka kami harapkan kesediaan Saudara menjadi pembimbing penulisan Skripsi mahasiswa tersebut diatas.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa Saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan juga bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan

Atas kesediaan dan perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan

1. Ketua Program Studi Komunikasi
2. Mahasiswa ybs.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : B-8750/Un.04/F.IV/PP.00.9/12/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 07 Desember 2020

Kepada Yth,
Pimpinan Redaksi
I Channel TV Bandung
Di
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

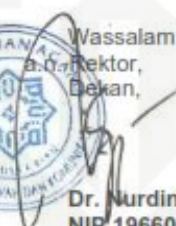
N a m a	: FAJAR RIZALDI PRATAMA
N I M	: 11643101419
Semester	: IX (SEMBILAN)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending di I Channel TV Bandung."

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
a. a. a. a. a.
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan



1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hak cipta Diindungi Undang-Undang

hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Fajar Rizaldi Pratama
NIM : 11643101419
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program
Kebudayaan Sekar Gending Di I Channel TV Bandung

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Dr. Muhammad Badri, SP, M. Si
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Fajar Rizaldi Pratama dilahirkan di Baganbatu, 09 Maret 1997. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari Ayahanda Yosrizal dan Ibunda Sri Mariyam. Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah TK Swasta YPPI Tualang pada tahun 2002-2003. Setelah itu penulis melanjutkan SD Swasta YPPI Tualang pada tahun 2003-2009. Kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 1 Tualang pada tahun 2009-2012. Dan melanjutkan pendidikan ke SMAN 2 Tualang pada tahun 2012-2015. Pada tahun 2016 penulis diterima di Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan program studi Ilmu Komunikasi. Kemudian penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2019 di Desa Sungai Raja, Kampar Kiri. Serta penulis melakukan melaksanakan program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Televisi Lokal I CHANNEL TV Bandung pada tahun 2019.

Berkat untaian doa dari Ayahanda dan Ibunda tercinta juga anugerah dari Allah SWT penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM BUDAYA SEKAR GENDING DI I CHANNEL TV BANDUNG** di bawah bimbingan Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si. Alhamdulillah atas anugerah, hidayah dan rahmat dari Allah SWT pada tanggal 30 Januari 2021 dinyatakan LULUS pada sidang Munaqasyah dan menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi.