



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG BROADCASTING**

**ABSTRAKSI**

**STRATEGI TIM SOSIAL MEDIA PROGRAM KATA KITA DI  
KOMPAS TV**

**DALAM MENENTUKAN TEMA ACARA TAHUN 2013**

Halaman 89 halaman + lampiran + riwayat hidup

Penggunaan jejaring sosial, Twitter saat ini tidak hanya sekedar untuk berhubungan satu sama lain. Tetapi juga sudah menjadi bagian dari strategi dari kemasan program TV. Kata Kita, program talkshow Kompas TV yang menjadikan Twitter sebagai bagian dari strategi penentuan tema acara dan isinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan dan strategi *Tim Sosial Media* dalam menentukan tema acara program Kata kita. Mulai dari tahap pra-produksi, produksi hingga pasca produksi.

Adapun penelitian yang digunakan, yakni penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Dengan metode penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, sekaligus dapat menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan yang terdapat di dalam Tim Sosial Media Kata Kita di Kompas TV melalui analisis SWOT.

Hasil yang ditemukan penelitian menunjukkan bahwa Tim Sosial Media pada program Kata Kita di Kompas TV memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang menjadi keterampilan utuh didalam menentukan tema acara program Kata Kita.

Hal tersebut dapat diantisipasi dengan melakukan pelatihan pada kru program Kata Kita. Karena kehadiran Twitter sebagai bagian Strategi penyajian berita sekaligus tema acara menjadi cara baru untuk berinteraksi kepada para penonton.