



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUAN BROADCAST**

**ABSTRAKSI**

Judul : Strategi Produksi Program Acara Militer Episode KRI  
Pattimura di O Channel  
Nama : Clara Melina Dewi  
NIM : 4410411-034  
Biografi : x + 66 Halaman + V Bab + 23 Lampiran : 20 acuan (1980-2008)

Perkembangan media televisi yang sangat cepat saat ini banyak menawarkan beraneka macam program tayangan, termasuk juga televisi lokal yang saat ini banyak bermunculan. Hal ini menuntut televisi lokal yang ada untuk memiliki program yang berkualitas dan tidak kalah saingan dengan program tayangan televisi lain, oleh karena itu diperlukan sebuah strategi di dalam membuat suatu program agar mampu menarik audience. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi produksi yang digunakan oleh O Channel dalam memproduksi tayangan MILITER episode KRI Pattimura, yang ditinjau dari konsep perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap apa yang dilakukan tim MILITER dalam memproduksi tayangan MILITER di O Channel Tv.

Strategi produksi yang digunakan pada penelitian ini, mengacu pada perumusan tugas, tujuan dan saran organisasi dengan menggunakan pendekatan manajemen dari James A. F Stoner, yang mengatakan manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), pelaksanaan (Actuating) dan pengawasan (Controlling) usaha-usaha para anggota organisasi dan pengguna sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini, menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap narasumber yang berkompeten dalam hal ini dimana peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap beberapa narasumber yang berkompeten dalam hal ini GM Programming & Conten, Eksekutif Produser, dan Produser, dan data sekunder yang diperoleh dari bagian litbang O Channel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan tim MILITER mengacu pada konsep POAC, dimana pada tahap *Planning*, terdapat survey dan perizinan kepada PUSPEN TNI yang merupakan ujung tombak suatu tayangan itu dapat diproduksi atau tidak, kemudian pada tahap *Organizing*, kru MILITER yang hanya terdiri dari sedikit anggota diharuskan memiliki beberapa *jobdesk*, dan saling berkoordinasi satu sama lainnya guna kelancaran proses produksi. Pada tahap *Actuating*, eksekusi di lapangan *host* juga berinteraksi ikut mendemokan gadget milik TNI, yang tidak dimiliki oleh tayangan lain yang sejenis, dan pada tahap *Controlling*, tim melakukan evaluasi di setiap penayangannya.