

**Univerisitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Broadcasting*  
Qarib Rahman Hakim  
44111010211**

**Aktualisasi ide tim kreatif meningkatkan rating dan share  
dalam program acara D'terong Show di indosiar**

**Jumlah halaman : 83 Halaman**

**Bibliografi : 33 buku, Tahun 2001 – 2013**

### **ABSTRAK**

Perkembangan industri pertelevisian Indonesia ini, membutuhkan sajian program-program yang bermutu dan berkualitas untuk bisa terus bersaing termasuk juga dengan program-program seperti talk show, reality show, variety show dan berita dengan berbagai macam bentuk ide kreatif selalu berkembang untuk tetap menjadi tontonan yang menarik.

Kreatifitas salah satu penunjang dalam acara program variety show. Teori yang digunakan dalam teori kreatif *Wallas* yang menyatakan bahwa proses kreatif melewati 4 tahan, yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi dan verifikasi. Pada penelitian ini menggunakan teori tersebut agar dapat mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan *rating* dan *share* dengan cara kreatifitas yang terjadi pada Program D'Terong Show dengan melewati 4 tahap tersebut.

Tipe penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang menggunakan wawancara narasumber dan observasi langsung dimana peneliti ingin menganalisa kreatif yang dilakukan, menganalisa *rating* dan *share* pada Program D'Terong Show. Teknik pengumpulan data primer berupa hasil wawancara mendalam kepada produser dan tim kreatif D'Terong Show serta observasi langsung ke lapangan. Fokus penelitian menggunakan 4 tahap dari teori *Wallas* yang terdiri dari persiapan, inkubasi, iluminasi dan verifikasi.

Berdasarkan hasil analisis penelitian aktualisasi ide tim kreatif untuk meningkatkan rating dan share dalam program acara D'terong Show di indosiar. Kesimpulannya untuk meningkatkan rating dan share bagi tim kreatif adalah mengumpulkan data atau riset apa yang disukai oleh penonton kelas menengah bawah dan strategi segmentasi, segmentasi yang mempunyai rating yang bagus di panjangin durasinya dan memperkecil iklan memperbanyak isi konten. Dikemas secara komedi dan *gimmick* di rancang sekreatif mungkin menurut teori wallas persiapan, inkubasi, iluminasi dan verifikasi. Untuk membuat inovasi-inovasi baru dan ide kreatif yang disuguhkan kepada khlayak atau penonton.