



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI BROADCASTING**

Aga Akbel pratama
44114010238

Strategi Tim Kreatif Dalam Mempertahankan Program Acara Dahsyat Di Stasiun
Televisi RCTI (Periode Maret 2016-Juli 2017)

Bibliografi : I – XI Halaman + 82 Halaman + 15 Buku + 7 Artikel Internet + 47
Lampiran

ABSTRAKSI

Stasiun televisi saat ini semakin berlomba-lomba dalam membuat program acara yang menarik, tetapi masih ada acara yang bertahan sampai saat ini. Yaitu acara Dahsyat selain program yang di suguhkan saat ini semakin beragam, mulai dari Talkshow, variety show, musik, dan lain-lain. Akibat beragamnya program yang disuguhkan, Dahsyat mengikuti apa yang sedang trend di kalangan masyarakat dan akhirnya merubah format acaranya ke variety show. Dahsyat ditayangkan pertama kali berisi konten acara yang berhubungan dengan musik dan ber durasi 1 jam. Dahsyat sendiri menjadi salah satu program yang disajikan dengan cukup menarik dan di bawakan oleh host Raffi Ahmad, Denny Cagur, Bastian Steel dan Ayu Dewi. Maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi tim kreatif dalam mempertahankan program acara dahsyat di stasiun televisi RCTI

Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan landasan teori produksi dimana dalam teori produksi itu dijabarkan mengenai proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode yang di gunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi tim kreatif dalam mempertahankan program acara dahsyat di stasiun televisi RCTI, dari membuat konsep program, memikirkan ide hingga evaluasi terhadap tim prgraming yang memberi masukan terhadap kekurangan dan kelebihan setiap episodenya. Dengan demikian peneliti memperoleh informasi mengenai strategi apakah yang tim kreatif pakai sehingga acara bisa bertahan selama ini.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukan bahwa strategi tim kreatif adalah konten acara yang selalu berkembang dan mengikuti apa yang sedang hangat dan viral di medsos. dari pemikiran ide bahwa host juga memberikan masukan sebanyak 30% dan tim kreatif 70% sehingga kita bisa mengetahui info yang sedang hangat di kalangan artis yang menjadi konten gimmik mereka.