FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana
Bidang Studi *Broadcasting*
Santi Novarini
44111010136

Strategi Produksi Dalam Program Acara Waktu Indonesia BercandaNET.
Jumlah halaman : xi + 78 Halaman + 18 Lampiran
Bibliografi : 31 Acuan, Tahun 1993 - 2015

ABSTRAK

Industri penyiaran di indonesia kini semakin menunjukan perkembangannya yang sangat pesat. Banyaknya stasiun televisi yang hadir membuat program televisi pun semakin beragam terutama program-program yang ber-*genre* hiburan. NET. sebagai salah satu stasiun televisi baru di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 18 Mei 2013, telah menunjukan upayanya memberi program-program hiburan yang *fresh*, inovatif, dan sangat menghibur. Salah satunya adalah program Waktu Indonesia bercanda. Program yang berdurasi sembilan puluh menit ini mempersembahkan format komedi yang dikemas seperti kuis yang di lengkapi dengan nuansa komedi tanpa mengurangi unsur informatif dan edukatif.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi produksi dari program Waktu Indonesia Bercanda di NET. karena penulis meyakini bahwa sebuah strategi program adalah kunci dari kesuksesan program televisi itu sendiri.

Tipe penelitian ini bersifat deskriftif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriftif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau urian atas suatu kejadian sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Penelitian ini mengunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

Adapun hasil dari penelitian ini yaitu perencanaan program meliputi menentukan konsep program keseluruhan serta *prepare* untuk tahap produksi. Tahap produksi di *handle* oleh tim produksi yang terbagi dalam pra produksi, produksi dan pasca produksi. Sementara untuk eksekusinya program ini disiarkan pada hari sabtu dan minggu. tahap evaluasi sendiri rutin dilakukan secara berkala baik itu harian, mingguan dan bulanan.

http://digilib.mercubuana.ac.id/