



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROSES PRODUKSI DALAM PEMBUATAN PROGRAM *TALKSHOW*
“KICK ANDY” DI METRO TV
(Studi Kasus Fred Wibowo)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting**

Di Susun Oleh :

Siti Umaiya

44112010179

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PROSES PRODUKSI DALAM PEMBUATAN
PROGRAM *TALKSHOW* “KICK ANDY” DI METRO TV**

Nama : Siti Umaiya
NIM : 44112010179
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan : Broadcasting

Jakarta, 11 Oktober 2016

Mengetahui

Pembimbing,

(Rika Jessica, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PROSES PRODUKSI DALAM PEMBUATAN
PROGRAM *TALKSHOW* “KICK ANDY” DI METRO TV**

Nama : Siti Umaiya
NIM : 44112010179
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan : Broadcasting

Jakarta, 11 Oktober 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Rika Jessica, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Feni Fasta, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PROSES PRODUKSI DALAM PEMBUATAN
PROGRAM *TALKSHOW* “KICK ANDY” DI METRO TV**

Nama : Siti Umaiya
NIM : 44112010179
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan : Broadcasting

Jakarta, 11 Oktober 2016

Ketua Sidang,
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Afdal Makuraga, M.Si

(.....)

Pembimbing I
Rika Jessica, M.Ikom

(.....)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama ALLAT SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Strategi Produser Dalam Meningkatkan Minat *Audience* Pada Program Kick Andy Di METRO TV”. skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan tugas dari dosen saya pada program studi ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.

Adapun penulis skripsi ini tentang studi kasus mengenai strategi yang dilakukan produser Kick Andy dalam meningkatkan daya tarik audiens, telah saya usahakan semaksimal mungkin, berkat do’a dan dukungan orang tua penulis akhirnya terpacu untuk menyelesaikan penelitian ini dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini. Untuk itu sata tidak lupa menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu saya dalam pembuatan makalah ini.

1. Ricka Jessica, M.Ikom selaku dosen pembimbing, yang sabar menghadapi saya dan banyak memberikan arahan dan saran untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Feni Fasta,SE,M.SI selaku ketua Program Studi Broadcasting.
3. Segenap dosen jurusan Brooadcasting yang telah memberikan banyak ilmu dan bimbingan selama ini kepada penulis.

4. Kepada kakak saya Sri Wahyuni yang selalu memberikan suport dan semangat kepada saya.
5. Sahabat-sahabat saya Veronica, Zahra Baidha, Syarafina, Nurul Hanna, Wulandari, Aditya Sri Yunianingsih dan Fadia Laksmi yang tidak pernah berhenti menyemangati saya dan selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini, serta memberikan masukan sehingga dapat menyelesaikan saya dalam mengerjakan skripsi saya dengan baik.
6. Kepada Orange Media khususnya OMABLAS yang selalu memberikan motivasi dan saran
7. Teman-teman seangkatan 2012 yang selalu memberikan masukan serta kritik sehingga saya selalu terus memperbaiki kekurangan saya.
8. Kepada Agus Pramono, Esti Dwirahmawati, dan Rusdianto selaku narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai sehingga penulis dapat mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan.
9. Hadi selaku Produser Asisten di Kick Andy yang telah membantu penulis dengan menjadi jembatan penghubung komunikasi antara penulis dan narasumber.
10. Segenap kru R&D METRO TV (Tika, Happy, Oloy, Adi, Indri, Dora, dan Dian) yang banyak memberikan nasihat dan semangat kepada shingga penulis bisa melakukan penelitian dengan lancar.

Namun tidak lepas dari semua itu, saya menyadari sepenuhnya bahwa ada kekurangan baik dari segi penyusun bahasanya maupun segi lainnya. Oleh karna itu dengan lapang dada dan tangan terbuka saya membuka selebar-lebarnya bagi

pembaca yang ingin member saran dan kritik kepada saya, sehingga saya dapat memperbaiki skripsi ini dengan lebih baik lagi. Akhirnya penyusun mengharapkan semoga dari skripsi yang saya buat ini banyak member manfaat serta memberikan inspirasi terhadap pembaca.

Jakarta, 27 September 2016

Siti Umaiya

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitaian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.5.3 Manfaat Sosial	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Massa	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa	9
2.1.2 Definisi Komunikasi Massa	10
2.2 Televisi	12
2.3 Program Televisi	14

2.4 Audiens Televisi	18
2.4.1 Segmentasi Audiens	18
2.5 Tahap Pelaksanaan Produksi Program Televisi	19
2.6 Produser	21
2.7.1 Tugas dan Tanggung Jawab Produser	22
2.7.2 Hak-Hak Produser	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma	25
3.2 Sifat Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian	27
3.4 Subjek Penelitian	30
3.5 Narasumber	30
3.6 Teknik Pengumpulan data	31
3.6.1 Data Primer	32
3.6.2 Data Skunder	35
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.8 Teknik Keabsahan Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1 Identitas dan Sejarah Televisi	41
4.1.2 Logo Metro TV	44
4.1.3 Tangkapan Siaran	47

4.1.4 Visi Metro TV	49
4.1.5 Target <i>Audience</i> Metro TV	50
4.1.6 Program Metro TV	51
4.1.7 Konsep Program Metro TV	53
4.1.8 Gambaran Umum Program Kick Andy.....	54
4.1.9 Profil Andy F. Noya	58
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Proses Produksi Program Acara Dapur Mama Seru Pra Produksi ...	62
4.2.2 Proses Strategi Produser Program Kick Andy Tahapan Produksi ...	86
4.2.3 Proses Strategi Produser Program Kick Andy Tahapan pasca Produksi	91
4.3 Pembahasan	96

BAB V Penutup

5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
5.2.1 Saran Teoritis	107
5.2.2 Saran Praktis	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 TIGA FUNGSI UTAMA DARI MEDIA TELEVISI

GAMBAR 2.2 JENIS PROGRAM TELEVISI

GAMBAR 4.1 LOGO METRO TV

GAMBAR 4.2 MOBIL SNG (*SATELITE NEWS GATHERING*)

GAMBAR 4.2 LOGO KICK ANDY 2006 – 2008

GAMBAR 4.3 LOGO KICK ANDY 2008 – SEKARANG

GAMBAR 4.4 ANDY FLORES NOYA

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 TARGET *AUDIENCE*

TABEL 4.2 SPESIFIKASI PROGRAM KICK ANDY

TABEL 4.3 STRUKTUR DEPARTEMEN PRODUKSI KICK ANDY