



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**

**MUHAMMAD NETRAH (44112110095)**

Strategi Produksi Program Reality Show Dengan Konsep Kompetisi Memasak Dalam Program Hells Kitchen Indonesia

(X) + 61 Halaman + 37 Lampiran

Bibliografi: 20 Acuan (1981-2005)

## **ABSTRAKSI**

Strategi Produksi Program Reality Show merupakan hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai proses Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Dalam produksi suatu program sangatlah penting bagaimana keberhasilan program dapat tercapai dengan baik. Keterkaitan proses menjadi suatu pilihan kemana arah dan tujuan program tersebut dibuat. Melihat dari kompetitor program yang ada dapat menyimpulkan karakter audiens seperti apa dan bagaimana cara mengembangkan ide. Permasalahan yang ingin diangkat adalah bagaimana Strategi produksi program Reality Show dapat diproduksi dengan baik.

Strategi Proses produksi perlu dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan hasil kinerja baik. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan dalam hal mengeksekusi baik dari segi teknis ataupun non teknis. Memotivasi tim untuk bekerja lebih giat agar dapat mewujudkan bersama hasil yang diinginkan.

Untuk membuktikan penelitian yang dilakukan maka peneliti dalam hal ini menggunakan penelitian kualitatif yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif adalah transkrip wawancara, dan lain sebagainya. Data diperoleh dengan menggunakan tehnik wawancara mendalam terhadap beberapa narasumber dari Program Hells Kitchen Indonesia.

Fokus Penulisan ada pada bagaimana pelaksanaan kegiatan Proses Produksi Program Hells Kitchen Indonesia dan bagaimana Proses Produksi Hells Kitchen Indonesia guna mengoptimalkan kinerja antar tim produksi.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Strategi Produksi Program Hells Kitchen Indonesia adalah menjelaskan proses Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi khususnya dalam program reality show. Namun dalam pelaksanaannya tidak berjalan secara optimal dikarenakan adanya faktor-faktor yang menjadi kendala. Hal ini juga terbukti dari paparan narasumber kepada peneliti. Untuk kedepannya agar semua praktisi televisi pada umumnya, dan bagi praktisi SCTV agar memperhatikan pentingnya SDM yang secara langsung berdampak kepada hasil produktivitas kerja karyawan dan perkembangan perusahaan.