

Nama : Novalina Ompusunggu
Nim : 44114110085
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Study: *Broadcasting*
Judul : Strategi Konten Kreatif Dalam Program *Kick Andy* Di Metro TV
periode July 2018
Bibliografi : 110 Halaman, 27 Acuan, 1994 – 2015, 2 Artikel.

ABSTRAK

Peran media massa khususnya televisi adalah sebagai media untuk memberikan informasi bagi khalayak, apa yang disampaikan media merupakan konsumsi publik, kekuatan media massa televisi yang dihempaskan kepada pemirsa memiliki dampak yang luar biasa, banyak stasiun televisi yang bermunculan dan menawarkan berbagai program acara pada saat ini, membuat persaingan televisi semakin ketat, setiap stasiun televisi berlomba menciptakan ide-ide dan memproduksi konten program tayangan televisi.

Kick Andy adalah salah satu program Talk Show di Metro TV, yang memiliki format berbeda dengan Talk Show yang kini kebanyakan menampilkan apa yang lagi viral saja dan cenderung kasar dan kurang mendidik. *Kick Andy* merupakan program Talk Show yang lebih memperhatikan isi atau konten setiap yang akan ditayangkan dimana pembawaannya yang formal namun tetap menarik dan memberikan tontonan yang mampu menggerakkan hati yang menontonnya agar mau berbuat sesuatu bukan hanya untuk dirinya semata tapi juga untuk orang disekitarnya dan menjadi tontonan yang mampu menularkan kebaikan. Dalam membuat program seperti ini diperlukan kreativitas agar program tersebut menarik dan diminati khalayak.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Tim *Kick Andy* mendapatkan ide dan setiap proses yang dilakukan dalam menghasilkan konten yang menarik mulai dari Pra Produksi, Produksi & Pasca Produksi. Dengan menggunakan landasan teori konstruktivis, dan menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber – narasumber terkait pada program acara yang diteliti.

Dalam hasil penelitian, peneliti menemukan strategi dalam mendapatkan konten. Yang dilakukan oleh tim *Kick Andy*, dalam mempertahankan Visi & Misi selama 13 tahun berdiri beserta rating & share. Tim *Kick Andy* melakukan strategi dengan mencari informasi dari mulai media sosial, survey & setiap tim yang terlibat wajib memberikan gagasan untuk tema dan narasumber yang akan tayang pada setiap episodenya dari pemikiran yang kecil hingga besar. Seluruh tim yang terlibat memiliki peranan penting dalam terselenggaranya program *Kick Andy* karena antara satu tim dan tim yang lain saling melengkapi.

Kata Kunci: Konten Kreatif, Studi Kasus Robert K.Yin, Program *Kick Andy* di Metro TV.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Name : Novalina Ompusunggu
Student ID : 44114110085
Faculty : Ilmu Komunikasi
Study Program: *Broadcasting*
Title : Content creative strategy of Kick Andy Metro TV in periode July 2018
Bibliography : 110 Pages, 27 References, 1994 – 2015, 2 Internet Articals

ABSTRACT

The role of mass media, especially television as a media which providing information to public, it is delivered as public consumption, potency of television as mass media to the viewers has a fantastic impact. Many of television stations are appearing and offering various programs at nowadays. Each of television stations has competition for new ideas and produce new program.

Kick Andy is one of Talk Show programs on Metro TV, which has a different form with another Talk Show nowadays which is mostly displays what's more viral and tends to be rude and less of education. Kick Andy is a Talk Show program that pays more attention to the content that will be aired with formal show but still interesting and provides a spectacle that is able to motivate the heart of viewers to do something not only for themselves but also for the other people around us and it is become a spectacle to transmit goodness. In preparing this program, creativity is needed to make public interested.

This research was conducted to find out how Kick Andy Team got ideas and every process can produce interesting content starting from Pre Production, Production & Post Production. By using constructivist theoretical foundations, and using a qualitative approach with descriptive type, the research method used is a case study by conducting in-depth interviews with informants - related sources on the program.

In the results of research, researcher found a strategy to get the content that the Kick Andy team did for maintaining the Vision & Mission for 13 years, along with rating & share. The Kick Andy team producer the strategy by looking for information from social media, surveys & every team involved was obliged to give ideas for themes and speakers who would appear in each episode from small to large thinking. All teams involved have an important role to play in the Kick Andy program because one team and the other team will be complement each other.

Keywords: *Creative Conten, case study, Kick Andy Program*