



**Adaptasi Produksi Audio Video  
Di Masa Pandemi Covid-19  
(Studi kasus pada Ulang Tahun GTV Ke-18)**

**TESIS**

Oleh  
UNIVERSITAS  
WINYONO IMAN SANTOSO  
55218120048  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2021**



**Adaptasi Produksi Audio Video  
Di Masa Pandemi Covid-19  
(Studi kasus pada Ulang Tahun GTV Ke-18)**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**MERCU BUANA**

Oleh

**WINYONO IMAN SANTOSO**

**55218120048**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2021**

## **ABSTRACT**

*Business media activities in production companies are highly dependent on the level of production and program events that have been confirmed long before the production day, because it takes a lot of preparation both in terms of technical equipment, equipment and personnel. This also applies to GTV's 18th Anniversary program. For GTV, the anniversary celebration is not only a ceremonial event, but also as a showcase, strengthening its existence, and proving that it can compete with its brothers in the MNC Group (RCTI & MNCTV). However, the existence of the Corona Virus Pandemic (COVID-19) is a challenge in carrying out these activities. Therefore, to be able to carry out the annual program it is necessary to adapt to each stage of production. The author's goal in this study is to analyze how the adaptation of production is in the implementation of program programs during the COVID-19 pandemic, as well as to analyze and find out the business strategies GTV has implemented in fulfilling internal and external business commitments. The author uses a qualitative descriptive research method, through direct analysis related to program programming carried out with new media in the conditions of the COVID-19 pandemic. While the object of this research is the GTV 18th Anniversary Celebration program. The data analysis technique in this study is a descriptive method with a case study approach. The author also adds primary data in the form of interviews with two sources according to their respective professions as the person in charge of the event so that they can find out more details about the communication strategy applied and the results expected in advance by the parties involved in it. GTV Company of the Operations Director and Technical Manager, and literature studies. The results of this study indicate that GTV can adapt quite well by using online communication media and implementing health protocols in each stage of the production of this program.*

*Keywords: Production Analysis, TV Program, Coronavirus, and GTV*

## ABSTRAK

Kegiatan media bisnis pada perusahaan produksi sangat bergantung kepada tingkat produksi dan program acara yang telah terkonfirmasi jauh hari sebelum hari produksi, karena diperlukan banyak persiapan dalam segi teknis, alat perlengkapan dan personil. Hal tersebut juga berlaku bagi program acara Ulang Tahun GTV ke-18. Bagi GTV perayaan ulang tahun tersebut bukanlah hanya sebagai ajang *ceremonial* semata, melainkan juga sebagai ajang unjuk gigi, memperkuat eksistensi, dan pembuktian bahwa dapat bersaing dengan kakak-kakaknya di MNC Group (RCTI & MNCTV). Akan tetapi, dengan adanya Pandemi *Corona Virus Disease* (COVID-19) menjadi tantangan tersendiri dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Oleh karenanya, untuk tetap dapat melaksanakan program acara tahunan tersebut maka perlu dilakukan adaptasi dalam setiap tahapan produksi. Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana adaptasi produksi dalam pelaksanaan program acara pada masa Pandemi COVID-19 ini, dan untuk menganalisis dan mengetahui strategi bisnis yang dijalankan oleh GTV dalam memenuhi komitmen bisnis intern dan ekstern. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, melalui analisis langsung terkait dengan kegiatan produksi program acara yang dilakukan dengan media baru dalam kondisi Pandemi COVID-19. Sedangkan obyek penelitian ini adalah program acara Perayaan Ulang Tahun GTV ke-18. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penulis juga menambahkan data primer berupa wawancara dengan dua narasumber dalam profesinya masing-masing sebagai penanggung jawab acara agar dapat mengetahui lebih detail lagi mengenai strategi komunikasi yang diterapkan dan hasil yang diharapkan sebelumnya oleh pihak dalam perusahaan GTV dari Direktur Operasional dan Manager Teknik, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa GTV dapat melakukan adaptasi dengan cukup baik dengan menggunakan media komunikasi *online* serta menerapkan protokol kesehatan dalam setiap tahapan produksi program acara ini.

Kata kunci: Analisis Produksi, Program TV, Virus Corona, dan GTV





**UNIVERSITAS MERCUBUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Judul : Adaptasi Produksi Audio Video  
Di Masa Pandemi Covid-19  
(Studi kasus pada Ulang Tahun GTV Ke-18)

Nama : Winyono Iman Santoso

NIM : 55218120048

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Jakarta, 30 April 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Judul : Adaptasi Produksi Audio Video  
Di Masa Pandemi Covid-19  
(Studi kasus pada Ulang Tahun GTV Ke-18)

Nama : Winyono Iman Santoso

NIM : 55218120048

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Jakarta, 30 April 2021

UNIVERSITAS  
Mengetahui,  
MERCU BUANA  
Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Winyono Iman Santoso  
NIM : 55218120048  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“ADAPTASI PRODUKSI AUDIO VIDEO DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS ULANG TAHUN GTV KE-18)”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal, 13 April 2021 didapatkan nilai persentase sebesar 22%.

Jakarta, 19 April 2021

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA

Arie Pangudi. A.Md

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul Karya Akhir/Tesis : Adaptasi Produksi Audio Video  
Di Masa Pandemi Covid-19  
(Studi kasus pada Ulang Tahun GTV Ke-18)

Nama : Winyono Iman Santoso

NIM : 55218120048

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 30 April 2021

Merupakan hasil karya studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis ini di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 30 April 2021



Winyono Iman Santoso



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Peneliti berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini dan secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., Ketua Prodi Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi dan juga sebagai dosen pembimbing.
2. Bapak Rizki Briandana, S.Sos, M. Comn, Ph.D. sebagai dosen penguji.
3. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah mendukung dan memberi inspirasi.
4. Semua teman-teman mahasiswa dan Dosen Program Studi Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Semua anggota keluargaku, yang telah mendukung dari awal hingga akhir hingga terciptanya tesis ini.

Peneliti menyadari Tesis ini pastinya masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan akan peneliti terima dengan senang hati. Semoga Tesis ini dapat menjadi masukan yang sedikit berarti dalam upaya kita meningkatkan kualitas pendidikan, khususnya di bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, April 2021

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.2.1. Fokus Penelitian .....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4.1. Maksud Penelitian .....	6
1.4.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat Penelitian.....	7
1.5.2. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kajian Teori .....	35
2.2.1. Adaptasi .....	35
2.2.1.1. Pengertian Adaptasi.....	35
2.2.1.2. Macam-macam Adaptasi.....	37
2.2.1.3. Adaptasi Terhadap Produksi .....	38

2.2.2. Komunikasi Organisasi.....	41
2.2.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi .....	41
2.2.2.1. Macam-macam Komunikasi Organisasi .....	42
2.2.3. Alur Komunikasi .....	46
2.2.3.1. Komunikasi Kebawah.....	46
2.2.3.2. Komunikasi Horizontal.....	48
2.2.4. Penayangan Digitalisasi.....	50
2.3. Strategi Bisnis Melalui Komunikasi Pemasaran .....	51
2.3.1. Definisi Komunikasi Pemasaran .....	51
2.3.2. Model Komunikasi Pemasaran.....	52
2.3.3. Komunikasi Pemasaran Untuk Mendapatkan Sponsor.....	53
2.4. Manajemen Produksi dan Operasi Audio - Video .....	54
2.5. Kerangka Pemikiran .....	58

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Objek Penelitian .....	60
3.2. Paradigma Penelitian .....	61
3.2.1. Paradigma Post Positivisme.....	61
3.2.2. Analisis Deskriptif.....	62
3.2.3. Macam-macam Studi Kasus.....	63
3.3. Metode Penelitian .....	64
3.4. Informan atau Narasumber .....	66
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	66
3.5.1. Jenis Data.....	66
3.5.2. Sumber Data .....	67
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.7. Teknik Analisis Data .....	68

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

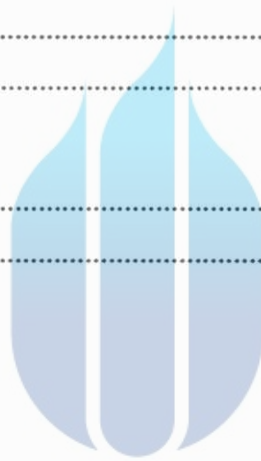
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	70
4.2. Hasil Penelitian .....	73
4.2.1. Adaptasi .....	73
4.2.1.1. Adaptasi Terhadap Produksi .....	73
4.2.1.2. Adaptasi Terhadap Alur Komunikasi.....	76

4.3. Strategi Bisnis .....	79
4.3.1. Digitalisasi Penyiaran .....	79
4.3.2. Adaptasi Terhadap Prosedur Kesehatan dalam Masa Pandemi Covid-19.....	81
4.4. Pembahasan.....	82
4.4.1. Adaptasi Produksi dalam Pelaksanaan Program Acara Ulang Tahun GTV Ke-18 di Masa Pandemi COVID-19 .....	84
4.4.2. Strategi Bisnis Manajemen GTV dalam Memenuhi Komitmen Bisnis Intern dan Ekstern .....	86

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	90
5.2. Saran .....	91

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	92
<b>LAMPIRAN</b> .....	96



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

2.1. Penelitian Terdahulu .....	12
4.1. Adaptasi Terhadap Alur Komunikasi .....	67



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Hasil Survey Pengguna dan Pemilik <i>Smart Phone</i> .....	53
2.2. Hasil Survey Konten Aktivitas Online .....	54



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA