



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Zelen Dwi Atika
44116210019

“Strategi Komunikasi Produser Dalam Produksi Program *Reality Show* “Hafiz Indonesia” Periode Ramadhan 1440 H/2019 Untuk Mempertahankan *Rating*”

Bibliografi: 5 Bab 78 Hal + Lampiran + 23 Buku + 3 Internet

ABSTRAK

Strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*Communication Management*). Seorang produser sebagai komando program acara, bertugas mengawasi dan menyalurkan sebuah proyek program kepada seluruh pihak yang terlibat. Program *Reality Show* “Hafiz Indonesia” adalah program *talent search* menghafal Al-Quran khusus anak-anak yang ditayangkan pada bulan Ramadhan. Kesuksesan program tersebut membuat program ini dapat bertahan sampai 7 *season*. Keberhasilan sebuah program tidak terlepas dari bagaimana strategi yang dimiliki seorang produser mengkomunikasikan setiap pesan, masukan, perintah pada tim dalam memproduksi sebuah program untuk mempertahankan *rating*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan peneliti metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam bersama Produser Hafiz Indonesia, Asisten Produser Hafiz Indonesia, dan Kreatif Hafiz Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui strategi komunikasi yang digunakan produser dalam produksi program dimulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga paska produksi. Pada tahap pra produksi strategi komunikasi yang diterapkan produser adalah menjadi pendengar yang baik sebagai wujud menghargai ide atau gagasan orang lain. Pada tahap produksi strategi komunikasi yang diterapkan adalah *How We Work Together* atau bagaimana bekerjasama dengan tim. Pada tahap paska produksi strategi komunikasi yang diterapkan adalah melakukan evaluasi bersama tim untuk mengukur keberhasilan program dan memperbaiki kegiatan selanjutnya.

Kata kunci : *Strategi, Komunikasi, Produser, Program*