



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN  
KEBERADAAN PROGRAM INBOX DI SCTV PERIODE  
26-27 SEPTEMBER TAHUN 2014 DAN 2015**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan mendapatkan gelar strata satu (SI) pada Bidang Studi  
Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

**ARRUM DARA EFDA**

**44113320022**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM  
MEMPERTAHKAN KEBERADAAN PROGRAM  
INBOX DI SCTV PERIODE 26-27 SEPTEMBER  
TAHUN 2014 DAN 2015**

Nama : Arrum Dara Efda

NIM : 44113320022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 5 Februari 2016

Mengetahui,

Pembimbing



(Dicky Andika, S.Sos, M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM  
MEMPERTAHANKAN KEBERADAAN PROGRAM  
INBOX DI SCTV PERIODE 26-27 SEPTEMBER  
TAHUN 2014 DAN 2015

Nama : Arrum Dara Efda

NIM : 44113320022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 5 Februari 2016

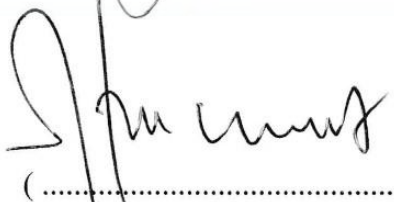
Ketua Sidang,

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

()

Penguji Ahli,

Dr. Heri Budianto, M.Si

()

Pembimbing I,

Dicky Andika, S.Sos, M.Si

()

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM  
MEMPERTAHAKAN KEBERADAAN PROGRAM  
INBOX DI SCTV PERIODE 26-27 SEPTEMBER  
TAHUN 2014 DAN 2015**

Nama : Arrum Dara Efda

NIM : 44113320022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 5 Februari 2016

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Penyiaran**



(Dicky Andika, S.Sos, M.Si)



(Feni Fasta, SE, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

### LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arrum Dara Efda  
NIM : 44113320022  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Broadcasting  
Judul : **STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM  
MEMPERTAHAKAN KEBERADAAN PROGRAM  
INBOX DI SCTV PERIODE 26-27 SEPTEMBER  
TAHUN 2014 DAN 2015**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat kecuali kutipan-kutipan dan teori-teori yang saya gunakan dalam skripsi ini. Apabila ternyata ditemukan unsur plagiat dalam skripsi saya ini, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berkaitan dengan hal tersebut. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan.

Jakarta, 5 Februari 2016



Arrum Dara Efda



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT, yang maha mendengar lagi maha melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program INBOX di SCTV”. Penelitian ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana komunikasi pada Universitas Mercubuana. Penulis menyadari bahwa keterlambatan penyusunan skripsi karena keterbatasan dan kekurangan dari peneliti sendiri.

Terselesainya penelitian skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dicky Andika, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak waktunya, memberikan kritik dan motivasi sehingga penelitian ini bisa terselesaikan.
2. Keluarga besarku tercinta, Kedua Orang Tua, dan saudara-saudariku tersayang 5 Butet dan 1 Ucok, yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril dan materil, serta doa yang terus dipanjatkan untuk keberhasilan dan kesuksesan penulis.
3. Seluruh Dosen Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih atas ilmu yang dicurahkan kepada peneliti selama perkuliahan.
4. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi dan staf Perpustakaan Universitas Mercu Buana yang sudah dengan baik melayani saya selama masa perkuliahan sampai proses pembuatan skripsi.
5. Jajaran Petinggi dan Pengurus Akademi Televisi Indonesia (ATVI), untuk dukungan yang senantiasa diberikan kepada saya.
6. Semua pihak PT. Surya Citra Televisi (SCTV) dan tim Produksi program INBOX, yang telah memberikan izin dan atas kerjasama yang sangat baik untuk memperoleh data bagi penelitian ini. Kang Amin, yang telah menjadi penyemangat serta banyak membantu peneliliti dalam mencari bahan-bahan dan membantu secara mental dan emosional sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.

7. Mba Maria E. Febriyani, Mas Ubey Sain, Mas Uncu Putra, Kang Aminudin, Mba Renoningtyas, Mas Indra Mul, Kak Elisabeth, Kak Yacinta Anggun, Ka Priscilla Lukita, Ka Ardie Ariyono, Ka Rissa Tantri, Ka Sidik, Ka Fahmi Oktavian, Ka Lanny, Ka Othi, mereka adalah atasan yang baik dan telah membantu dalam mengatur jadwal pekerjaan sehingga memudahkan penulis untuk melanjutkan studi dan menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman Seperjuangan Kampus Mercu Buana Kranggan-Broadcast Angkatan 2014 Bang JO, Ka Ririe, Dek Faldy, Dedek Meillina, Mas Danang, Dennis atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.
9. Sahabat terbaik Novita Annisa Daulay, Osisila Daely, Ahmad Fuad Sufyan, Dimas Prihartanto, Inas Afifah, Duduy, kepada seluruh teman, sahabat dan kerabat lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, merekalah yang mendukung penulis sampai seperti sekarang ini, karna tanpa kalian aku bukanlah siapa-siapa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 5Februari 2016

Penulis,

(Arrum Dara Efda)

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                       | i    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....          | ii   |
| <b>LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI</b> .....          | iii  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> ..... | iv   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                   | v    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                             | vi   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                      | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                          | ix   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                        | xii  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                     | xiii |
| <br>   |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                         |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                 | 1    |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                       | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                      | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                     | 6    |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                     | 6    |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                      | 6    |
| <br>   |      |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                     |      |
| 2.1 Komunikasi .....                             | 8    |
| 2.2 Komunikasi Massa .....                       | 9    |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....          | 9    |
| 2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa .....       | 10   |
| 2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa .....              | 12   |
| 2.2.4 Media Komunikasi Massa .....               | 15   |
| 2.3 Media Massa .....                            | 15   |
| 2.3.1 Pengertian Media Massa .....               | 15   |
| 2.3.2 Karakteristik Media Massa .....            | 16   |



|  |    |
|--|----|
| 2.3.3 Jenis-Jenis Media Massa.....             | 17 |
| 2.4 Televisi Sebagai Media Massa.....          | 17 |
| 2.4.1 Fungsi Televisi Sebagai Media Massa..... | 18 |
| 2.5 Program Televisi.....                      | 20 |
| 2.5.1 Pengertian Program Televisi.....         | 20 |
| 2.5.2 Karakteristik Program Televisi.....      | 21 |
| 2.5.3 Jenis Program Televisi.....              | 21 |
| 2.5.4 Produksi Program Televisi.....           | 25 |
| 2.6 Program Variety Show.....                  | 27 |
| 2.7 Strategi Kreatif Produser.....             | 28 |
| 2.7.1 Pengertian Strategi.....                 | 28 |
| 2.7.2 Pengertian Kreatif.....                  | 32 |
| 2.7.3 Pengertian Produser Televisi.....        | 33 |
| 2.8 Tinjauan Strategi Kreatif Produser.....    | 35 |
| 2.9 Eksistensi.....                            | 40 |
| <br>   |    |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>           |    |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                  | 42 |
| 3.2 Metode Penelitian.....                     | 44 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....               | 45 |
| 3.3.1 Data Primer.....                         | 46 |
| 3.3.2 Data Sekunder.....                       | 47 |
| 3.3.3 Dokumentasi.....                         | 48 |
| 3.4 Definisi Konsep.....                       | 48 |
| 3.5 Subjek Penelitian.....                     | 49 |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                  | 50 |
| <br>   |    |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |    |
| 4.1 Gambaran Umum PT. SCTV.....                | 54 |
| 4.4.1 Logo dan Slogan SCTV.....                | 57 |
| 4.4.2 Visi dan Misi SCTV.....                  | 58 |

|   |    |
|---|----|
| 4.2 Gambaran Umum Program INBOX.....                  | 60 |
| 4.2.1 Logo Program INBOX.....                         | 62 |
| 4.3 Hasil Penelitian .....                            | 62 |
| 4.3.1 Perencanaan dan Pelaksanaan Produksi.....       | 65 |
| 4.3.2 Langkah-Langkah Strategi Kreatif Produser ..... | 71 |
| 4.4 Pembahasan.....                                   | 86 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 90 |
| 5.2 Saran.....       | 91 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Logo SCTV .....                       | 56 |
| Tabel 1.2 Struktur Dewan dan Direksi SCTV ..... | 58 |
| Tabel 1.3 Logo Program INBOX .....              | 61 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1. Rattng and Share INBOX Awards 27 September 2014 ..... | 93  |
| Lampiran 2. Rattng and Share INBOX Awards 26 September 2015 ..... | 97  |
| Lampiran 3. Transkip Wawancara .....                              | 100 |
| Lampiran 4. <i>Curriculum Vitae</i> .....                         | 115 |

