



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Arrum Dara Efda
44113320022

Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Keberadaan Program INBOX
Di SCTV Periode 26-27 September Tahun 2014 dan 2015
Jumlah Halaman: xii + 92 halaman+ 24 Halaman
Bibliografi : 31 Acuan, Tahun 2006-2010

ABSTRAK

Strategi pembuatan program berpengaruh dalam keberhasilan membentuk suatu program acara baru. Diantara program acara yang ditampilkan oleh stasiun televisi, program *variety show* merupakan program yang banyak ditampilkan oleh stasiun televisi swasta, namun tidak banyak program televisi tersebut yang memiliki usia yang panjang atau dapat bertahan lama. Selain itu, luasnya siaran yang tersebar ke seluruh Indonesia membuat pekerja dunia *broadcasting* harus berhati-hati menampilkan apa yang akan disiarkannya. Dalam hal ini, pihak yang paling bertanggung jawab dalam penyiaran adalah pihak televisi itu sendiri yang juga dapat secara langsung melakukan pengawasan terhadap pekerja televisi dan menentukan strategi kreatif agar program tersebut tetap bertahan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kreatif produser berdasarkan elemen-elemen strategi program acara menurut Morissan yaitu perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Subjek penelitian dalam hal ini adalah program acara INBOX, Eksekutif Produser, Produser, Kreatif, Pembawa Acara dan penonton.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari suatu gejala atau fenomena dari suatu gejala sosial tertentu secara sistematis, faktual dan cermat. Metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang secara umum pertanyaan dalam penelitiannya berkenaan dengan "how" atau "why". Metode pengumpulan data dilakukan dengan indepth interview terhadap 5 orang key informan.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi kreatif yang dilakukan oleh tim produksi INBOX dalam mempertahankan keberadaan program INBOX di SCTV seperti menentukan Target Penonton, Format Acara (Ide/Gagasan dan Tujuan Program). Konten Acara (Nama Program dan Kemasan Program meliputi *Treatment, Gimmick, Music*), Interaksi Program, serta Evaluasi dan Perencanaan Program.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam mempertahankan keberadaan sebuah program acara, selain dari semua pihak yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing, tim produksi harus memiliki strategi kreatif yang bermanfaat dan dapat dipertanggungjawabkan terhadap pelaksanaan hingga tahap evaluasi.