

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Ardianto Drs. Elvinaro. M.Si. Komunikasi massa suatu pengantar (Edisi Revisi). Bandung. Simbiosia Rekatama Media. 2007. Hal.15
- Badjuri Adi. Jurinalistik Televisi. Yogyakarta : PT Graha Ilmu. 2010. Hal.83
- Bungin Burhan M.Dr.Prof. Sosiologi Komunikasi. Jakarta. PT Kencana. 2006. Hal.72
- , Sosiologi Komunikasi. Jakarta. PT. Kencana. 2006. Hal 80
- Cangana Hafied. H. Dr.Prof. Pengantar Komunikasi. Jakarta. Rajawali Pers. 2011. Hal.18
- Deddy N Hidayat, Metodologi Penelitian Sosial Empire Klasik, Jakarta: CV.Rajawali, 2003. Hal.3
- Dennis Mc.Quail. Teori Komunikasi Massa. Jakarta. Erlangga. 2002. Hal.3
- , Teori Komunikasi. Jakarta. Salemba Humanika. 2011. Hal 62
- Fachrudin Andi. Dasar - Dasar Produksi Televisi. Jakarta : Kencana. 2010. Hal.17
- , Dasar - Dasar Produksi Televisi. Jakarta : Kencana. 2010. Hal.18
- Hartiningih. Komunikasi Massa Televisi Dan Tayangan kekerasan Dalam Pendekatan Kasus. Jakarta .Rajawali Pers. 2004. Hal.31
- Kriyantono Rachmat. Riset Komunikasi. Kencana prenatal. Jakarta Media Group. 2006. Hal.102
- Moh.Nazir., Metode Penelitian. Jakarta. Ghalia Indonesia. 2003. Hal.54-55
- Moleong Dr. Lexy J.. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. Remaja Rosdakarya. 2011. Hal.4
- , Metode penelitian Kualitatif. Bandung. Remaja Rosdakarya. 2004. Hal.3-6
- Morissan. Jurnalistik Televisi Mutakhir. Jakarta. kencana . 2004. Hal.1

- ,Manajemen Media Penyiaran. Jakarta. kencana. 2008. Hal 97
- ,Media Penyiaran Strategi mengelola radio & Televisi. Jakarta. Ramdina. 2005. Hal 80
- ,Manajemen Media Penyiaran. Jakarta. Kencana.2008. Hal. 90
- Mulyana Deddy. Metodelogi Penelitian kualitatif. Bandung. Remaja Rosidakarya. 2003. Hal.9
- Rahmawati Indah & Rusnandi Dodoy. Berkarier Didunia Broadcasting. Bekasi .Laskar Aksara. 2008. Hal.76
- ,Berkarier Di Dunia Broadcasting. Laskar Aksara. Bekasi 2008. Hal.80
- Siregar Ashadi. Menyikapi Media Penyiaran, Membaca Televisi Melihat Radio. LP3Y. Yogyakarta. 2001. Hal.2
- ,Menyikapi Media Penyiaran, Membaca Televisi Melihat Radio. LP3Y. Yogyakarta. 2001. Hal.54
- Soekanto Soerjono. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta Edisi Baru. Rajawali Pers. 2009. Hal.83
- Subroto Sastro Darwanto. Produksi Acara Televisi. Jakarta. Duta Wacana University.2000. Hal. 158
- ,Produksi Acara Televisi. Jakarta. Duta Wacana University.2000. Hal.167
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta. 2007. Hal. 77
- Suprpto Drs. Tommy. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Rajawali pers. 2011. Hal.5
- Wahyudi Jb. Dasar-dasar Manajemen Penyiaran. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2003. Hal.15
- Widjaja. A.w, Sosial Riset metode. Jakarta .Bumi aksara. 2000.hal 75

SUMBER INTERNET

Diakses pada tanggal 24 oktober 2016 dari <http://www.Trans7.co.id> dan

pukul 22.30 WIB

Sejarah TRANS|7 diakses pada 27/07/2017 dari www.trans7.co.id

pukul 19:00 dan pukul 19:20 WIB

Logo TRANS|7 diakses pada 27/01/2017 dari www.trans7.co.id

pukul 19:00 WIB dan Pukul 19:20 WIB

SUMBER LAIN :

1. Company profile One Stop Football
2. Wawancara
 1. Indradi Suroto (*Associate Produser* One Stop Football TRANS|7)
 2. Adhitya Akhmad Fariz (*Senior Creative* One Stop Football TRANS|7)
 3. Deasy noviyanti (*Host* One Stop Football TRANS|7)

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



LAMPIRAN 1
Draft Wawancara

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Dalam penelitian ini, penelitian telah menyusun beberapa daftar pertanyaan yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan proses wawancara. Hal ini selama proses wawancara, penelitian wawancara untuk mendapatkan data yang objektif serta benar-benar diperlukan untuk menjawab permasalahan-permasalahan penelitian ini. Untuk peneliti membuat pedoman wawancara disesuaikan dengan informan yang meliputi. *Key Informan* utama dan Informan pendukung.

1) Key Informan : Associate Produser

1. Apa latar belakang dari program One Stop Football ?
2. Apakah ada peningkatan Rating & Share dalam program One stop Football selama 2016 terhadap competitor ?
3. Apakah yang membedakan program One Stop Football dengan program di Media televisi lainnya ?
4. Apa keunggulan dari program One Stop Football ?
5. Apa saja kendala-kendala yang sering dihadapi dalam program ini selama 2 tahun ini ?
6. Bagaimana pemecahan solusi dan pengendalian dari kendala yang sering terjadi ?
7. Sebagai produser bagaimana anda melihat respon pemirsa mengenai program One Stop Football ?
8. Dari program One Stop Football ini bagaimana menarik pasaran khalayak dan iklan agar bisa mendapatkan keuntungan ?
9. Seberapa penting peran host wanita ?
10. Bagaimana cara pentuan konten pada saat pra produksi?

2) Informan Utama : Tim Kreatif

1. Apa saja yang dilakukan pada tahap pra Produksi?
2. Dari Mana Ide awal program olahraga One stop Fotball? Dan apa visi dan misi Program One Stop Football ?
3. Apa langkah-langkah yang dilakukan mulai dari awal ide sampai program One Stop Football tayang ?
4. Apa saja tugas-tugas dari tim kreatif dalam program ini ?
5. Bagaimana koordinasi dengan tim Pra produksi ?
6. Bagaimana cara tim kreatif membuat materi atau mendapatkan info-info dunia sepak bola internasional ?
7. Dari tahap pra produksi hingga pasca produksi, tahapan mana yang menurut anda sering mengalami kendala ?
8. Bagaimana pemecahan solusi dan pengendalian dari kendala yang sering terjadi dalam suatu Tim dari mulai tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi ?
9. Kenapa pada saat produksi dilakukan tapping? Apakah tidak pernah melakukan live?
10. Apakah ada perubahan konten materi pada saat produksi ?
11. Apa saja yang dilakukan selama pasca produksi ?
12. Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan Tim pada saat pasca produksi ?
13. Apa yang menjadi daya tarik dari program One Stop Football ?
14. Bagaimana strategi program ini menghadapi persaingan dengan program lain ?
15. Bagaimana cara mempertahankan Rating & Share dalam setiap bulan ?
16. Kapan biasanya melakukan meeting dengan Tim dan kapan meeting bersama produser? Apa saja yang biasanya dibahas dalam meeting ?
17. Berapa Rating & share program One Stop Fotball, mulai yang tertinggi, terendah dan yang rata-rata?
18. Bagaimana strategi untuk menaikkan Rating & Share One Stop Fotball ?

19. Bagaimana persentase komposisi antara Berita Olahraga Nasional dengan berita Internasional di One Stop Football ?
20. Bagaimana proses pengumpulan atau liputan berita olahraga mulai dari internasional dan Nasional sampai berita itu ditayangkan ?
21. Kerja sama seperti apa yang dilakukan Tim Kreatif dengan host di Program ini ?
22. Bagaimana cara mempertahankan program One Stop Football ?
23. Siapa saja segmentasi audiens One Stop Football selama ini?
24. Sebagai tim Kreatif, bagaimana anda melihat respon pemirsa mengenai program One Stop Football ?
25. Bagaimana cara anda memahami dunia olahraga dan mengikuti perkembangan olahraga baik dalam negeri maupun mancanegara?
26. Bagaimana cara anda untuk handle kendala atau kesulitan yang sering ditemui pada saat produksi ?
27. Bagaimana cara mendapatkan berita yang terupdate dalam negeri dan mancanegara ? untuk siaran berikutnya?

3) Informan Pendukung : Host

1. Sudah berapa lama anda menjadi Host Diprogram One Stop Football ?
2. Bagaimana cara anda untuk menarik audiens agar mau menyaksikan One Stop Football ?
3. Apa yang melatarbelakangi anda tertarik menjadi host diprogram one Stop Football ?
4. Apa kesan-kesan anda setelah menjadi host diprogram One Stop Football ?
5. Bagaimana menjalin hubungan baik bersama tim produksi ?

6. Apa kendala atau kesulitan yang sering anda temui saat membawakan berita One Stop Football ?
7. Bagaimana cara anda untuk handle kesulitan-kesulitan tersebut ?
8. Apa kesalahan yang sering anda lakukan saat siaran ?
9. Apakah anda menyukai olahraga? Jika iya, olahraga apa yang paling anda gemar ?
10. Apakah anda cukup paham mengenai dunia olahraga dan mengikuti baik dalam negeri maupun internasional ?





LAMPIRAN 2
Hasil Wawancara

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LAMPIRAN 2
TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Indradi Suroto
Keterangan informan : Associate Produser One Stop Football
Tanggal Wawancara : 23 juli 2017
Tempat Wawancara : kantor TRANS|7 dilantai 10

Keterangan Wawancara	Materi wawancara
peneliti	Apa latar belakang dari program One Stop Football ?
Informan	latar belakang diciptakan One Stoop Football adalah untuk memenuhi kesempatan pasar akan tinggihnya penonton sepak bola di Indonesia. Penonton tidak hanya pria tetapi wanita pun ada. nilai jualnya tinggi, apapun yang sepak bola di Indonesia nilai jualnya pasti tinggi, bisa uang, bisa politik itu latar betar belakangnya.
Peneliti	Bagaimana cara pentuan konten pada saat pra produksi?
Informan	Biasanya kita melakukan riset dan mensurvey dengan cara membaca baik itu dari koran atau pun internet karena tim produksi One stop Football harus seneng baca, baik dari internet maupun koran tentang berita olahraga.
Penelit	Apakah ada peningkatan Rating & Share dalam program One stop Football selama 2016 terhadap competitor ?

Informan	masti ada peningkatan rating dan share nya
Peneliti	Apakah yang membedakan progam One Stop Football dengan program di Media televisi lainnya ?
Informan	yang membedakannya adalah dari segi angle berita, angle yang tidak akan ditemukan oleh program lain sejenis atau pun tidak, seperti misalnya ada derbi London Morinyo itu masih di chaelse, pasti orang cerita hanya kota London, hand to hand pemain, tapi waktu itu One Stop bikinya, seberapa baik morinyo hadapin derbi di inter, madrid, protu, angle nya harus benerbener beda. Angle yang bikin beda di one stop football. Biasanya, dan kita emang tujuannya kesitu dan tidak bisa ditonton ditempat lain tapi mau tidak mau, ada angle yang harus ada syarat, seperti teknis penonton itu kalau tidak ada seperti tidak makan nasi, teknis maksudnya siapa yang absen, siapa yang kena kartu pelanggaran, sebenarnya bosen karena syarat, kaya nasi tidak ada ditanyain dan ada pun yaudah.
Peneliti	Apa keunggulan dari progam One Stop Fotball ?
Informan	bisa terus bergerak dengan penonton sampai hari ini, sampai minggu ini episode 716, dan mengikutin tren musik, kita bisa liat di chart radio prambros, dan prambros kita riset terlebih dahulu karena mempunyai pendengar paling tebal di 15.24, karena musik chart dia no 1 bisa dijadikan patokan. Dan kita cari tau sendiri apa yang disukai dan kadang kita merasa kok

	<p>seperti ini materinya, lagunya kok modelnya begini, tapi disukain ini. Lagu-lagunya itu terupdate Tim kreatif kita yang pasti mengecek di BBC yang masih bertahan di 3 minggu</p>
Peneliti	<p>Apa saja kendala-kendala yang sering dihadapi dalam program ini selama 2 tahun ini ?</p>
Informan	<p>Menurut saya sih pergerasan penontonnya parah dan ada diluar kebiasaan 2 tahun sebelumnya lagi, 16 dan 17 itu penontonnya aneh. 2016, 2017 menurut survey yang dilakukan programming tebal nya itu dipenonton perempuan 15 sampai 24, di remaja sebetulnya bukan penonton basic nya one stop, mau tidak mau kita ambil dari situ dan mengambil struk penonton paling besar dapat, tapi utamanya tetap bertahan kesimbangan itu menjadi pekerjaan kita, dan kita tidak bisa mentukan begitu, dilihat episode misalnya dipekan ini tidak ada besar katakana lah tidak ada derbi London kita bisa akomodir penonton perempuan tapi juga tidak selalu materi kita akan akomodir sama lagu, kita akomodir dengan luck presenter dan kita akomodir dengan materi tidak terlalu berat, penonton perempuan itu kalau best goal masih suka ditonton. Dan kita banyakin goal nya dari 5 mungkin 7. Cuman mau bikin materi khusus untuk wanita tidak selalu kita bikin kita mainnya di detiling, kalau misalnya materi penonton wanita, misalkan 7 persepak bola tergantung, tapi cowo pasti kabur nonton gitu, pernah kita bikin penonton</p>

	wanita nya naik dan penonton cowo nya turun.
--	--



Nama Informan : Adhitya Akhmad Fariz
 Keterangan Informan : Senior Kreatif
 Tanggal Wawancara : 23 juli 2017
 Tempat Wawancara : Kantor TRANS|7 di lantai 10

Keterangan Wawancara	Materi Wawancara
Peneliti	Apa saja yang dilakukan pada tahap produksi
Informan	dalam Proses produksi biasanya tim kreatif mencari-cari ide atau konten materi yang dilakukan melalui riset dan survey untuk mengetahui berita yang sedang update didunia sepak bola tema yang dicari pun bukan hanya untuk minggu ini saja. Tapi bikin 2 minggu lagi mau bikin apa,karena kalau hidupnya dari pekan ke pekan karena program ini magazine, bikin nya berat dan engap kalau mikirnya hanya per 1 minggu lebih baik mikirnya bulan, jadi persiapan lo lebih panjang.
Peneliti	Dari Mana Ide awal program olahraga One stop Fotball? Dan apa visi dan misi One Stop Football?
Informan	ide awalnya adalah biar semua orang – orang kalau butuh berita sepak bola ya nontonya cukup di One Stop Football, dari One Stop Football oh udah cukup nih karena One Stop Football sekali berenti tetang berita sepak bola ini sudah

	<p>dapat semua jadi ide awalnya disitu. Visi & misi nya sekarang orang terhibur menonton tayangan sepak bola bisa terhibur lewat tayangan sepak bola, karena visi & misi orang bikin program kan, biasanya orang nonton tv biar terhibur, One Stop Football dari dulu sampai sekarang selain informasi kebutuhan akan terpenuhi kalau kita pengen nonton berita kan tau tapi juga terhibur dengan nonton One Stop Football</p>
Peneliti	<p>Apa langkah-langkah yang dilakukan mulai dari awal ide sampai program One Stop Football tayang ?</p>
Informan	<p>intinya melakukan inovasi dengan cara membaca keinginan penonton terbesar dari rating share itu sudah ketahuan. Mulai dari inovasi dari segi konten, inovasi dari segi grafis, tampilan ditv, dan segment jadi perbedaannya itu. Jadi langkah-langkah mulai dari ide awal terus berinovasi dari waktu ke waktu.</p>
Peneliti	<p>Apa saja tugas-tugas dari tim kreatif dalam program ini ?</p>

Informan	<p>Tim Kreatif itu mencari bahan-bahan untuk produksi dan tim kreatif pencari ide, memikirkan konsep, dan pembuatan konsep, atau konten-konten tayangan untuk every single week , dan memikirkan pekan ini harus bikin apa lagi ide utama datangnya dari kreatif membuat script rundown, membuat script, tim kreatif tugas utama melakukan riset, tugas bagian dari tim kreatif bagaimana one stop football yang berinovasi tadi yang meriset ujung tombak nya ya dari tim Kreatif. Ujung tombok riset itu orang yang bertanggung jawab untuk melakukan riset lebih dalam iya itu kerja tim kreatif</p>
Peneliti	<p>Bagaimana koordinasi dengan tim pra produksi ?</p>
Informan	<p>Kita juga harus kerja sama sebenarnya bukan hanya dengan tugas masing-masing namun harus saling bertanya dalam riset dan survey kita harus saling komunikasi satu sama lain, membuat script tayang minggu depan. Biar tidak ada miss communication aja. biasanya kalau tidak mengenai ada yang tau mengenai yang sedang update dihari ini misalnya, salah satu dari tim kita tau tentang berita itu maka kita sharing-sharing santai ke tim One Stop Football yang terdiri dari Produser, Associate Produser, PA. Agar bisa menghasilkan sedikit data untuk tayangan minggu depan. Intinya sih</p>

	menjalin komunikasi lancar.
Peneliti	Bagaimana cara tim kreatif membuat materi atau mendapatkan info-info dunia sepak bola internasional ? atau dari majalah, koran, internet?
informan	<p>bener dari majalah sekarang harus diakuin terlambat paling pertam Paling pertama media sosial twitter dan instagram kalau kita follow account Yang tepat itu udah paling update dan paling baru, kalau cari feature tinggal memberikan sudut pandang yang berbeda mungkin kita baca majalah kalau offical club-club itu hanya gambaran aja, tapi kalau biasanya ide kayak nya bisa dibikin ini itu bisa justru dari account-account media asing, yang media asing mengulas ini kaya nya kalau melihat dari sudut pandang orang indonsia yang menarik adalah ini bisa kita dari media asing. Seperti jual beli pemain itu taunya dari internet dan account media asing karena mereka cepet banget sekarang, dibandingin kita baca koran atau majalah sudah terlewat karena koran tayang 24 jam sekali, twitter beda detik beda postingan sudah beda lagi jadi kalau sama-sama orang media yang diunggulkan atau dijadikan andalan pasti online karena lebih cepet informasi dari internet, Kalau dari koran hanya sudut pandang aja.</p>

Peneliti	Dari tahap pra produksi hingga pasca produksi, tahapan mana yang menurut anda sering mengalami kendala ?
Informan	kendalanya macem-macem mulai dari kendala pra produksi, kendala produksi dan kendala pasca produksi. Yang sering mengalami kendala pada saat pra produksi karena kita tidak banyak melakukan liputan maksudnya kita melakukan riset kendala adalah dalam tanda kutip kalau kita merasa kalau penonton itu sudah merasa bosan nih kita mulai berinovasi dan harus cari sesuatu yang baru terus agar penonton tidak bosan, bagaimana cara pemecahana solusinya kita melakukan riset cari-cari, kira-kira apa yang penonton suka, kita terus ngegali kira-kira penonton ah ini penonton tidak bosan, atau dari konten udah mentok karena konten nya itu-itu aja bearti tampilannya kita harus rubah. Selalu berinovasi supaya penonton suka
Penelitian	Kenapa pada saat produksi dilakukan tapping? Apakah tidak pernah melakukan live?
Informan	dulu pernah melakukan live, karena dari segi hasil dan Rating & Share live sama typing hampir tidak ada bedanya, evort yang live lebih besar. Ada liputan atau ga ada liputan sama aja, bukan yang difavoritkan sama penonton dari hasil Rating dan Share ya, liputan langsung itu bukan favorit lebih

	kepada menunjukkan eksistensi.
Penelitian	Apakah ada perubahan konten materi pada saat produksi ?
Informan	karena program kita adalah tapping maka persiapan kita jauh lebih matang dan pada saat produksi tidak ada kekurangan apapun baik dari segi konten, audio visual, karena itu pematangan konsep sangat diperlukan pada saat pra produksi.
Peneliti	Apa saja yang dilakukan selama pasca produksi ?
Informan	melakukan rivew dari program yang tayang minggu lalu dan persiapan untuk konten yang akan tayang di minggu ini, mengerivew kekurangannya apa pada saat melakukan editing kelebihanannya bisa dipake program kita next tetapi kekurangan jangan sampai terulang lagi dinextnya buat gambaran episode-episode berikutnya. Dan melakukan pengisian VO (Voice Over) dari tim dubbing, melakukan editing VT (Video tape)
Peneliti	Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan Tim pada saat pasca produksi ?
Informan	Yaitu intinya komunikasi lancar atau chat via aplikasi seperti whatsapp. Agar tidak terjadi mis komunikasi antar divisi.
Peneliti	Apa yang menjadi daya tarik dari program One Stop Football?

Informan	<p>kalau konten mungkin bisa disamain,yang paling bisa membedakan kalau dilayar itu tampilan seperti editing, hasil editing,audio, audio visualnya yang paling memikat. Kalau konten membahas liga inggris, semuanya akan membahas liga inggris, tapi kalau editing itu pasti beda dan angle kemungkinan juga berbeda. Yang begitu-begitu itu bisa dicontek lah, angle seumpama one stop football bahas Cristian ronaldo semua akan bahas Cristian Ronaldo. Maksudnya anglenya mungkin minggu depan bisa di ikutin orang tetapi kalau editing dan audio visual punya ciri khas sendiri.</p>
peneliti	<p>Bagaimana strategi program ini menghadapi persaingan dengan program lain ?</p>
Informan	<p>membaca pola atau membaca keinginan penonton pengen nonton apa ya. Jadi penonton pengen seperti apa juga kita punya basic owner sendiri one stop football gini Kita mempertahankan itu, mempertahankan one stop football kalau bikin berita kebiasaannya itu seperti ini seperti ini itu adalah caranya kita menghadapin persaingan one stop kalau bikin feature gambarnya harus seperti ini, tampilan nya harus beda, grafisnya harus berbeda,tujuan untuk mempertahankan rating & share buat tetap penonton dan</p>

	<p>orang sekali nonton wah ini pasti program nya one stop football. Hasil semuanya apapun yang pasti disukai sama penonton pasti ada.</p>
Penelitian	<p>Berapa Rating & share program One Stop Fotball, mulai yang tertinggi, terendah dan yang rata-rata?</p>
Informan	<p>23 itu ditahun 2008, 2010 itu pernah 22. Rating program itu satu program tidak terlepas dari rating stasiun tv secara umum kalau lagi tinggi stasiun tv nya pasti programnya akan naik, kalau sekarang program nya strageli tv nya program nya akan semakin. Kalau rata-ratanya 8,9,10 karena ya stasiun tv kurang lebih dikiraan segitu. Kalau dihitung program olahraga yang weekend dan weekdays kecuali livemad itu live pertandingan sepak bola. Sepertinya one stop football masih salah satu top disetiap minggunya top 3 atau top 5, atau bahkan mungkin top 1. Yang mungkin top 1 itu lensa olahraga cuman lensa olahraga itu latar belakangnya, tetapi lensor itu tayang tiap hari yang bener bener kompotitor one stop football itu kaya Net Sport yang tayang hari minggu, terus Total Football yang tayang tiap minggu, nah kalau program sepak bola atau program olahraga yang tayang minggu one stop Football masih tertinggi. Kompotisinya bahkan sama galeri sepak bola indonesia sama-sama dari trans 7. Sama-sama nempatin</p>

	<p>diposisi top 5 itu selama mereka tayang jadi akan terus-terusan seperti itu. Terendahnya pernah sama 5 untuk share, rating terendahnya pernah sampai 0,6. Rata-ratanya di 2017 9 samapai 10 lah rata-rata share.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana strategi untuk menaikkan rating & share one sto football?</p>
Informan	<p>melakukan inovasi, melakukan pembaruan, cari konten yang paling disukai penonton, cara terus berinovasi dan inovasi, direfresh dan direfresh, riset rating & sharenya benar-bener dicari tau ini gimana sih yang paling disukai sama penonton, fokusnya kita mempertimbangkan kompetitor</p>
Penelitian	<p>Bagaimana persentasi Komposisi antara berita olahraga nasional dan berita olahraga internasional Di One Stop Football?</p>
Informan Informan	<p>dulu pertama kali dibikin itu 80-20 pernah juga 20nya indonesia 80 mancanegara. Terus habis itu pada saat games iya itu mungkin 70-30, sekarang 100% berita internasional. Kalau yang sepak bola nasional untuk games nama nya One Stop Football Challenges kalau nasional, tetapi sekarang challenges nya sudah tidak ada. Untuk berita internasional pengumpulannya adalah kita melakukan riset beritanya itu kita sesuaikan apakah berita itu bisa kita olah menjadi</p>

	<p>sebuah tayangan dengan gambar yang kita punya. Kita cari gambarnya juga, gambarnya kita bisa dapet dari kiriman gambar itu dari langganan sumber video, dari beberapa sumber yang kita berlangganan, atau kita searching di youtube dan lain-lain</p>
Penelitian	<p>Sebagai tim Kreatif, bagaimana anda melihat respon pemirsa mengenai program One Stop Football ?</p>
Informan	<p>respon pemirsa itu beragam, tapi kalau anda melihatnya seperti apa respon Pemirsa itu hal yang penting feedback penonton itu sangat penting mulai dari Twitter, instagram, facebook.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana cara mendapatkan berita yang terupdate dalam negeri dan manca Negara? Untuk siaran berikutnya?</p>
Informan	<p>iya itu melakukan riset dari majalah, koran, internet tapi yang utama adalah Internet online. Kalau untuk nasional sama melakukan riset cuman nasional Itu souch internya ga sebanyak luar negeri jadi kalau nasional lebih ke persoal ke personal gitu manejer club, pelatih itu lebih cepet dibanding berita-Berita, tapi ya berita-berita online wartawan, wartawan dari media lain</p> <p>Karena sejauh ini one stop fotball yang nasionalnya lebih sedikit</p>

Nama Informan : Deasy Noviyanti
 Keterangan Informan : Host
 Tanggal Wawancara : 28 juli 2017
 Tempat Wawancara : Kantor TRANS|7 di lantai 10

Keterangan Wawancara	Materi Wawancara
Peneliti	sudah berapa lama anda menjadi host diprogram One Stop Football?
Informan	dari 2003 on airnya sejauh ini bearti sudah 14 tahun berapa bulan ya lupa
Peneliti	Bagaimana cara anda untuk menarik audiens agar mau menyaksikan an One Stop Football ?
Informan	<p>kalau sekarang mungkin lebih mudah cara menarik audiensnya karena</p> <p>Sekarang eranya digital, sudah ada sosial media semua nya dimaksimalin</p> <p>Seperti instagram, facebook, Twitter, tapi itu hanya dari program atau</p> <p>Dari akun aku pribadi</p>
Peneliti	apa yang melatar belakangin anda tertarik menjadi host diprogram One Stop Football ?
Informan	<p>Kalau dulu awalnya memang membawain acara sepak bola liga spayol Dulu setalah membawakan liga spanyol</p>

	<p>pertandingan, setelah itu selesai Ditrans Tv, abis itu diajak ke TV7 karena waktu itu masih TV7. Untuk Kepuasan nya membawakan berita sepak bola. Karena sepak bola itu Fakta dan bisa dicek. Pemain cedara, terjadinya goal atau pemain kena Kartu kuning kartu merah.</p>
Peneliti	<p>bagaimana menjalin hubungan baik bersama Tim produksi ?</p>
Informan	<p>kalau saya apa yang saya jalanin selama jadi host dimanapun, ngobrol itu Perlu banget, hangout bareng itu perlu banget, karena buat saya kalau . Misalnya bawain satu program datang, baca script, syuting selesai, jatuhnya saya cuman segitu perhatiannya karena saya pengennya lebih dan saya pengen dikasih tau kurang nya apa, dan kelebihan nya apa. Cuman kalau ga ngobrol sama hangout orang ga enak ngomong nya. Salah satu yang bisa mencairkan itu kita jalan bareng, ngobrol jadi tau oh orang ini cara ngomong nya gini ya, topik yang menarik untuk dibicarakan bareng itu yang ini kalau masing-masing kan susah nyambung nya mungkin pengen nya dari tim host nya pengennya begini tapi tidak tersampaikan dan tidak bisa berkembang dong sayang kalau menurut ku gitu.</p>
Peneliti	<p>Apa kendala atau kesulitan yang anda sering temui saat membawakan berita one Stop Football</p>

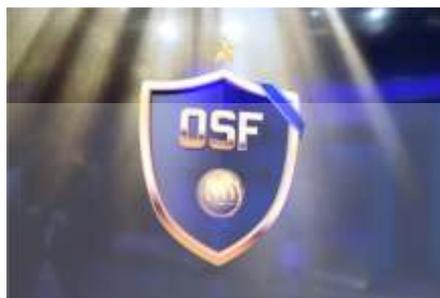
Informan	kendalanya itu kalau membawakan berita tapi ga ngerti inti sarinya, dari Yang mau disampaikan, pasti mikirnya lama, jadi kalau saya baca tuh Biasanya kata perkata tuh harus dimaknai dulu, abis ini mau ngomong Apa sih sebenarnya, kalau bahasanya terlalu kaku tapi saya udah ngerti Makna nya boleh ga kalau pake bahasa sendiri atau boleh ga nih kata- Katanya diganti kendala atau kesulitan lain adalah kalau script nya Panjang satu biasanya harus menghafalin segini banyaknya, dua kadang -Kadang sudah terburu gerorgi apa masalahnya tapi karena masih banyak Yang mau diomongin jadinya ketawa atau panik.
Peneliti	bagaimna cara anda mnghandle kesulitan tersebut?
Informan	kalau di kasih script bahasa itali, script itu dikasih kamis malam. Dapat email dibaca-baca tapi tidak tau jeda dan intonasi cara membacanya, penekanan kata-katanya. Kalau reading sama produser dan tim bener-bener penekanan nya tau, ngomong bagian ini ngomongnya lebih panjanga itu baru lafal belum lagi nanti gaya tangan nya gini ya.
Peneliti	Apa kesalahan yang sering anda lakukan saat siaran ?
Informan	seperti lafal tiba-tiba keserimpet lidah itu sering, lagi ngomong terus lupa Itu pernah atau dulu sih salah lihat kamera. Kalau saya melakukan kesalahan mending ulang.

	Kalau sampai penyebutan nama pelati itu belum pernah sebelum ke studio kan melakukan reading dulu.
Penelitian	Apakah anda menyukai olahraga? Jika iya, olahraga apa yang paling anda gemar ?
informan	Kalau menyukai olahraga ada dua untuk ditonton atau dijalanni Kalau untuk ditonton sepak bola senang nontonnya, ice skating nonton senang, tapi sekarang mengikuti pounfit ini olahraga yang pake stick tadinya liatnya di instagram, karena suka lagu-lagunya dia pake lagunya beat dan rock. Ternyata itu yang aku suka.
Peneliti	Apakah anda cukup paham mengenai dunia olahraga dan mengikuti baik dalam negeri maupun internasional ?
Informan	sepertinya kekurangan ku membawak liga internasional justru lebih Update berita-berita sepak bola nasional.padahal di indonesia sendiri Banyak. Kalau untuk perkembangan aku lebih cepet yang liga luar.



LAMPIRAN 3
RATING & SHARE

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



LAMPIRAN 4
RUNDWON & SCRIPT



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



LAMPIRAN 5
UNIVERSITAS
DOKUMENTASI WAWANCARA
MERCU BUANA





LAMPIRAN 6

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DOKUMENTASI



UNIVERSITA
MERCU BUANA





Nomor : 008/DHRGS-HRD/17
Lampiran : -

Jakarta, 31 Juli 2017

Kepada Yth.

Bapak Dicky Andika, S.Sos, M.Si
Sekretaris Program Studi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Perihal : **Tanggapan atas Permohonan Izin Penelitian**

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat permohonan penelitian yang Bapak ajukan, dengan ini kami menerangkan bahwa Mahasiswi :

Nama : Lili Wulandari
NIM : 44113210039
Jurusan : Broadcasting

Dapat melaksanakan penelitian pada PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7) dalam rangka pembuatan skripsi dengan judul ***“Peran Tim Kreatif Dalam Proses Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi Berita Olahraga One Stop Football TRANS7 Penelitian ini dilaksanakan di bulan Agustus 2017.***

Segala bentuk informasi mengenai perusahaan ataupun program TRANS7 yang akan digunakan untuk melengkapi hasil riset harus melalui persetujuan pihak IIRD TRANS7.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Hormat kami,

Shanty Damavanti K.
HR Development Dept. Head



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Curriculum Vitae

PROFILE

- Nama lengkap : Lili Wulandari
- Tempat, Tanggal Lahir : Plaju, 27 januari 1994
- Warganegaraan : Indonesia
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Agama : Islam
- Tinggi badan : 159 Cm
- Berat badan : 60 Kg
- Status : Belum Menikah
- Hobby : Travelling, Hunting Foto
- E – mail : lilywulandari01@gmail.com
- No. Handphone : 0858 – 8704 – 6723
- Alamat : Jl. Raya Kampung Pabuaran gg. Yamad
No. 94 Kel. Jatisampurna
kec. Jatiranggon kota Bekasi 1732

BACKGROUND FORMAL EDUCATION

➤ **UNIVERSITAS MERCU BUANA CIBUBUR 2017**

Jl. Raya Kranggan No. 6 Jatisampurna, Bekasi (021)8449629

➤ **SMA BINA KARYA SU II PALEMBANG 2010 – 2013**

Jl. Pertahanan III NO 2160 Kel 16 ulu Kec. SU II Palembang

➤ **SMP FITRA ABDI PALEMBANG 2007 – 2010**

Jl. Tegol Binangun Plaju Darat Kec. Plaju Palembang

➤ **SD NEGERI 258 PALEMBANG 2004 – 2007**

Jl. Tegol Binangun Plaju Darat kec. Plaju Palembang

INTERSHIP

- TVR PARLEMEN 02 November – 02 Desember 2017