



**STRATEGI YOUTUBE HEARTLINE NETWORK DALAM  
MEMPRODUKSI KONTEN “NASIONAL IS ME” PADA MASA  
PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**OCTAVANIA**

**44117110007**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI /PROGRAM SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Octavania

NIM : 44117110007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Youtube Heartline Network Dalam Memproduksi Konten  
“Nasional Is Me” Pada Masa Pandemi Covid-19

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 09 Januari 2024



Octavania

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Octavania

NIM : 44117110007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Youtube Heartline Network Dalam Memproduksi Konten  
“Nasional Is Me” Pada Masa Pandemi Covid-19

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

NIDN :

Ketua Penguji : Drs. Riswandi, M.Si

NIDN :

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M. Ikom

NIDN :



MERCU BUANA

Jakarta, 09 Januari 2024

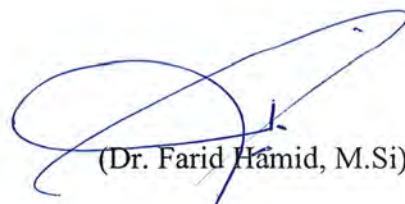
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Octavania

NIM : 44117110007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Youtube Heartline Network Dalam Memproduksi Konten “Nasional Is Me” Pada Masa Pandemi Covid-19

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan. Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 09 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Octavania)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas segala kasih dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Strata 1 (S1) dengan judul **Strategi Youtube Heartline Network dalam Memproduksi Konten “Nasional Is Me” Pada Masa Pandemi Covid 19** di Universitas Mercu Buana dapat diselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu bagian dari penelitian di bidang ilmu komunikasi yang membahas tentang bagaimana strategi memproduksi konten di Heartline Network pada masa pandemi Covid 19 secara tepat. Metode yang penulis gunakan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini adalah metode kualitatif dengan teknik wawancara.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam susunan tata bahasa dan teknik penulisan. Maka dari itu, penulis sangat berharap dan menerima masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak yang mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini. Kiranya skripsi ini dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

Peneliti ucapkan terima kasih untuk segenap yang membantu terkhusus kepada:

1. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Afdal Makkuraga, M.Si. yang sudah membimbing dan membina serta memberikan arahan sampai skripsi ini selesai
2. Dr. Suraya, M.Si yang memberikan kesempatan sampai skripsi ini selesai
3. Dosen Dr. Farid Hamid, Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed selaku pembimbing akademik, Ibu Feni Fasta, SE, M.Si, Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom, M.I.Kom yang memberikan dukungan serta motivasi kepada saya, Bapak Adi Setyadi yang memberikan bantuan mengurus kelengkapan berkas dan seluruh

4. pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyelesaian Skripsi ini
5. Kepada rekan- rekan kak Yohana, Pak Jose, Kak Ria, Hagen, Kak Anugrah dan yang lainnya yang saya tidak bisa sebutkan satu per satu
6. Terkhusus kepada Suami yang sudah mendukung penuh kelancaran skripsi ini yang memberikan support secara moril dan materi. Juga kepada keluarga yang mendukung.



Jakarta, 09 Januari 2024

Octavania

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian terdahulu.....	9
2.2 Komunikasi Massa .....	14
2.3 Jenis-Jenis Program Radio .....	18
2.3.1 Format Program Siaran.....	19
2.3.2 Talkshow .....	24
<b>BAB III</b> .....	<b>26</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian .....	27
3.3 Subyek Penelitian .....	28
3.4 Analisis Data .....	29

3.5 Teknik Keabsahan data .....	30
3.5.1 Uji Kredibilitas dengan Teknik Triangulasi .....	30
3.5.2 Uji Konfirmability.....	31
2.3.3 Youtube .....	32
2.4 Strategi Produksi Konten.....	36
2.4.1 Strategi Program Radio .....	36
2.4.2 Tahapan Produksi.....	41
2.4.3 Konten.....	43
2.5 Teori Produksi Media.....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi dan Misi.....	52
4.1.3 Struktur Organisasi Radio Heartline.....	54
4.1.4 Arti Logo Heartline.....	55
4.1.5 Daftar Susunan Program Heartline .....	56
4.2 Hasil Penelitian .....	57
4.2.1 Program Nasional Is Me.....	57
4.2.2 Strategi Produksi Konten Pada Proses Pra Produksi .....	59
4.2.3 Strategi Produksi Program Nasional Is Me.....	61
4.2.4 Strategi Pasca Produksi Program Nasional Is Me.....	62
4.3 Pembahasan .....	63
<b>BAB V .....</b>	<b>69</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
5.1 Simpulan .....	69
5.2 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Capture On Youtube Program Nasional Is Me .....	5
Gambar 2. 1 kutipan dari Algiffari (Algiffari 2020, 544).....	25
Gambar 2. 2Sumber: Kutipan dari Drs Morissan menurut Peter Pringle pada buku Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Rdio dan Televisi (Drs. Morissan 2008, 235). .....	47
Gambar 2. 3Sumber: Kutipan dari Habibah dalam SOP Penyiaran .....	48
Gambar 3. 1Sumber: Triangulasi Teknik Sugiono 2012 .....	30
Gambar 4. 1Sumber Foto dari IT Heartline 100,6 FM .....	50
Gambar 4. 2Sumber: Profil Perusahaan Hearline 100,6FM .....	54
Gambar 4. 3Sumber www.heartline.co.id.....	55
Gambar 4. 4Sumber: Mading Schedule Gedung Heartline “Thinking Room” .....	56
Gambar 4. 5 Sumber: Instagram Kementrian Dalam Negeri.....	57



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2. 2 Format Radio .....	22
Tabel 2. 3 Format Program Radio (A. I. Triartanto 2017, 145).....	22

