



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

JURUSAN BROADCASTING

Nama : Atik Anggraeni
NIM : 44111010260
Judul : Strategi Produksi Program I Fashion News Di MNC Fashion
Halaman : (i-x) Halaman + 94 Halaman + 30 Buku + 2 Situs Web + Daftar
Pustaka (1994-2011) + Lampiran

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi informasi, khususnya televisi, membuat dunia semakin hari semakin dekat saja meskipun arus informasi yang mengalir tersebut akan mempunyai dampak. Baik itu positif maupun negatif. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi. Program *I Fashion News* adalah sebuah program berjenis *soft news* yang menyajikan seputar *fashion* serta *trend* yang ada di dalam negeri maupun internasional.

Strategi merupakan bagian dalam proses perencanaan, maka untuk merencanakan suatu tujuan dibutuhkan strategi yang tepat sehingga tercapai tujuan tersebut. Pada penelitian ini strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, melalui proses produksi dan strategi produksi.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif, dengan pendekatan kualitatif yang menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau fenomena realitas sosial. Metode yang digunakan adalah Metode Studi Kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber dari divisi produksi terhadap tayangan *I Fashion News*. Melakukan observasi dan menggunakan metode documenter yaitu dengan mencatat, merekam, memperoleh data dari artikel, literatur, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian dan pembahasan ini bahwa strategi produksi program *I Fashion News* terletak pada proses produksi, dalam produksi divisi produksi mempunyai strategi diantaranya adalah keberagaman isi berita, penggunaan *host Miss Indonesia*, dan proses *tapping* yang dilakukan untuk lima episode.