

**STRATEGI PRODUSER PROGRAM INBOX DI SCTV DALAM
MENINGKATKAN *RATING***



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Mmeperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**LINDA SARIFATUN
NIM 13210026**

Pembimbing:

**Dr. H. M. Kholili, M.Si
NIP. 195904081985031005**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
YOGYAKARTA
2017**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B- 1592/Un.02/DD/PP.05.3/08/2017

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**STRATEGI PRODUSER PROGRAM ACARA INBOX DI SCTV DALAM
MENINGKATKAN RATING**

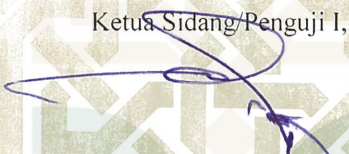
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Linda Sarifatun
NIM/Jurusan : 13210026/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 8 Agustus 2017
Nilai Munaqasyah : 87,3 / A/B

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

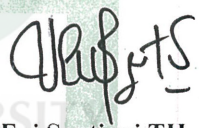
Ketua Sidang/Penguji I,


Dr. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji II,


Ristiana Kadarsih, S.Sos., M.A.
NIP 19770528 200312 2 002

Penguji III,


Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 8 Agustus 2017

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,


Dr. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. 0274-515856, Fax. 0274-552230 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan sepenuhnya, maka kami pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Linda Sarifatun

NIM/ Jurusan : 13210026 / KPI

Judul Skripsi : Strategi Produser Program INBOX di SCTV Dalam Meningkatkan *Rating*

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 31 Juli 2017

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Pembimbing

Drs. Abdul Rozak, M. Pd.

NIP. 19671006 199403 1 003

Dr. H. M. Kholili, M.Si

NIP. 19590408 198503 1 005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Linda Sarifatun
NIM : 13210026
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Produser Program INBOX di SCTV Dalam Meningkatkan *Rating*” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiatisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai bahan acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 31 Juli 2017

Yang membuat pernyataan,



Linda Sarifatun

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Linda Sarifatun
NIM : 13210026
TTL : Bumi Jaya, 19 September 1995
Alamat : Bumi Jaya, Candipuro, Lampung Selatan
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas. Demikian lah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam mengikuti ujian tugas akhir atau munaqosyah pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.

Yogyakarta, 31 Juli 2017

Yang membuat pernyataan,



Linda Sarifatun

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua

dan untuk orang yang membutuhkan pada suatu saat.



MOTTO

“Do the best, be good, then you will be the best”

“lakukan yang terbaik, bersikaplah yang baik maka kau akan menjadi orang yang terbaik”



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas karunia Allah SWT yang telah melimpahkan kekuatan pada penulis sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini atau skripsi yang berjudul “Strategi Produser Dalam Meningkatkan *Rating* Program INBOX di SCTV”. Tanpa izin darinya penulis tidak akan bisa melewati segala perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah menginspirasi umatnya untuk menjadi manusia yang berakhlak mulia.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya izin dari Allah SWT melalui tangan-tangannya, sehingga penulis ucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Dr. Nurjannah M. Si
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Drs. Abdul Rozak, M.Pd
4. Ristiana Kadarsih, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, saran dan nasehat kepada penulis.

5. Drs. HM. Kholili, M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, saran dan nasehat kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak dan mama yang selalu memberikan support terbaik untuk anaknya dalam menyusun skripsi ini.
8. Aminudin dan Budi Soma selaku eksekutif produser dan produser Program INBOX yang telah meluangkan waktu untuk wawancara di sela-sela kesibukannya.
9. Teman-teman kreatif INBOX yang selalu mengarahkan penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Seluruh crew INBOX di SCTV yang welcome dengan penulis untuk mendapatkan informasi sehingga penulis dapat lancar dalam mengerjakan skripsi.
11. Silvia, afi, listia, havidia, sahabat dari MAN yang selalu men support penulis dalam mengerjakan skripsi.
12. Encun, Petrok, Oca, Jide, Farida, Nopek, temen ghibah KPI yang selalu memberi semngat penulis dalam mengerjakan skripsi.
13. Mba Sari yang selalu membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi.
14. Silma, anin, atun dan teman teman KPI lainnya yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.

15. Teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2013 dalam mengerjakan skripsi yang mungkin tidak saya sebutkan satu persatu dalam skripsi ini.
16. Kakak senior dan adik-adik SUKA TV terimakasih atas segala pengalamannya dan pelajarannya selama ini.
17. Abang yang diam-diam mensupport penulis dari hingga semangat buat ngerjain skripsi ini.
18. Semua pihak yang terlibat dalam membantu kelancaran mengerjakan skripsi ini.

Sekali lagi penulis ucapkan banyak terima kasih. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan segala Rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk penulis, pembaca, serta para pejuang akademik. Amin.

Yogyakarta, 31 Juli 2017

Penyusun

Linda Sarifatun

ABSTRACT

Television industry is a creative domain industry, the program competition made industrial of television compete to broadcast some qualities program from many tv stasion. So to raise the popularity and to anterest viewers the rating share data had to be made. One of SCTV's show had broad named INBOX.

In this scription the writer's desire to make this reseach, the writer take a focus on producer's strategy through reviewvng creative strategy and program producer's role according to Petter Pringle on Morrisian. The reseach method used is qualify description. After step by step taken based on reseach result that the strategy which used by producer and production tim to increas rating share is effective, this can be seen by the increas of rating share data of the program INBOX special Ramadhan and the comes up of creative ide who'd following today trand in every production.

Keyword : Television, Strategy Producer, Rating Share



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat	5
D. Kajian Pustaka	5
E. Kerangka Teori	8
1. Strategi Produksi Siaran Televisi.....	8
F. Metode Penelitian	17
1. Jenis Penelitian.....	17
2. Subjek Dan Objek Penelitian	17
3. Sumber Data	18
4. Metode Pengumpulan Data	18
a. Observasi.....	19
b. Wawancara.....	19
c. Dokumentasi	20
5. Metode Analisis Data.....	20
G. Sistematika Pembahasan.....	22

BAB II : GAMBARAN TENTANG PROGRAM INBOX	23
A. Profil Perusahaan	23
1. Sejarah SCTV	23
2. Struktur Organisasi Perusahaan	27
3. Visi dan Misi	28
4. Logo	28
B. Produser Program INBOX	29
C. Program Acara INBOX	31
1. Latar Belakang Program INBOX	31
2. Visi dan Misi Program INBOX	32
 BAB III : PEMBAHASAN.....	 34
STRATEGI PRODUSER PROGRAM INBOX DI SCTV DALAM MENINGKATKAN RATING EDISI <i>SPECIAL</i> RAMADHAN TAHUN 2017.....	34
1. Strategi Perencanaan Program	35
2. Strategi Produksi dan Pembelian.....	47
3. Strategi Eksekusi Program	53
a. Strategi Menggunakan Pemandu Acara atau Host dan Co Host.....	54
b. Strategi Menggunakan konten menarik	57
c. Strategi Menggunakan Talent	61
d. Strategi Melalui Lokasi	63
e. Strategi Menggunakan Penonton Bayaran	66
f. Strategi Melalui kuis	69
4. Strategi Pengawasan dan Evaluasi	76
BAB IV : KESIMPULAN DAN PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
C. Kata penutup	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Program INBOX	40
Tabel 2 Tim Produksi program INBOX.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Host dan Co Host Memandu Acara.....	55
Gambar 2.0 Host Memandu Acara	55
Gambar 3.0 Produser dan Tim Produksi <i>Meeting</i>	59
Gambar 4.0 Tim Produksi <i>Meeting</i>	59
Gambar 5.0 Talent Yang Mirip Berbie	62
Gambar 6.0 Group marawis	62
Gambar 7.0 Lokasi INBOX di Jungleland Sentul Bogor.....	66
Gambar 8.0 Penonton Bayaran	68
Gambar 9.0 Penonton Bayaran	68
Gambar 10.0 Gilang Dirga Persiapan Kuis Telon Lang	70
Gambar 11.0 Gilang Dirga Persiapan Kuis Telon Lang	70

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media elektronik akan lebih disukai oleh banyak publik. Kehidupan manusia tidak terlepas dari komunikasi yang menjadi kebutuhan sehari-hari. Semakin pesatnya teknologi di era globalisasi sekarang ini memudahkan seseorang untuk saling bertukar informasi. Media massa sangat bermanfaat bagi saluran komunikasi untuk informasi yaitu sebagai penyebar informasi.¹

Televisi sudah menjadi gaya hidup dan *trendsetter* bagi sebagian masyarakat Indonesia. Televisi tidak lagi di anggap sebagai barang mewah. Dengan hadirnya media televisi diruang tamu dan beraneka ragam acaranya, masyarakat dapat mengetahui dan mendapatkan berbagai informasi secara tepat diwilayah lain.² Media Televisi merupakan media bersifat audiovisual, artinya biasa didengar sekaligus dilihat. Televisi kebanyakan masyarakat Indonesia dijadikan arena hiburan dan sumber informasi utama.³ Televisi kini telah menjadi media massa terbesar dari media komunikasi yang lain. Berbagai jenis program televisi mereka berlomba-lomba untuk dapat menayangkan program yang menarik dan dinikmati banyak orang.

¹ Phil.Astrid S. Susanto, *Komunikasi Sosial di Indonesia*, (Bandung: Binacipta, 1982), hlm.42.

² Wawan kuswandi, *Komunikasi massa Analisis Interaktif Budaya massa*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm.87.

³ Moh.Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: Prenada media,2004), hlm.153.

Program hiburan yang saat ini banyak dinikmati oleh masyarakat adalah jenis program musik. Acara musik menjadi salah satu wahana hiburan dari televisi yang cukup banyak diminati. Hampir setiap stasiun televisi mengalokasikan durasi tayangnya setiap hari untuk menampilkan musik. Banyak bermunculan program musik ditv dengan beraneka ragam konsep, tata panggung, pemandu acara yang berbeda-beda hingga pengisi acara yang diundang, namun tidak semua acara musik bertahan lama dan mampu bersaing dengan program lain seperti sinetron dan *reality show*. Program musik yang masih eksis hingga sekarang, salah satunya adalah program *variety* musik yang tayang di SCTV.

SCTV (Surya Citra Televisi) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang menyiarkan program *variety* musik dengan mengusung program INBOX dengan slogan “MANTAP” yang telah eksis selama sepuluh tahun di industri hiburan tanah air. INBOX memiliki motto untuk menjadi barometer musik Indonesia.⁴ Berbagai musisi sudah pernah tampil diacara ini dari berbagai genre musik, baik pop, rock, RnB, hingga dangdut. INBOX selalu bertransformasi menyesuaikan konsepnya dengan apa yang sedang tren dimasyarakat, salah satunya menyajikan program *special* menyambut bulan ramadhan dengan menayangkan sesuai dengan konten-konten ramadhan.

⁴ [https://id.wikipedia.org/wiki/Inbox_\(acara_televisi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Inbox_(acara_televisi)) akses pada tanggal 18 April 2017,pukul 15:50 WIB.

Program tersebut tentunya akan menemani pemirsa dalam menjalankan ibadah puasa. Semuanya disesuaikan dengan pemilihan dan pengisi acara yang tepat.

Eksistensi INBOX yang terbilang lama di industri hiburan Indonesia pun tampak berpengaruh dengan diadakannya penghargaan INBOX (INBOX *awards*) setiap tahun sejak tahun 2008. Berbagai kategori diperlombakan dan memberikan apresiasi kepada setiap selebriti yang memenangkan nominasi. INBOX telah beberapa kali dinominasikan sebagai program musik *variety show* terfavorit tahun 2010, 2012, 2013 dan 2014 di ajang bergengsi *Panasonic gobel awards*.⁵

Dalam penelitian program musik televisi, loyalitas dalam menyaksikan sebuah tayangan televisi diukur dari *rating*. INBOX mencapai *rating* tinggi yang dapat mempertahankan eksistensinya sampai sekarang. Televisi cenderung berpatokan pada pengembangan atau inovasi terhadap ide-ide atau konten yang baik, dari konsep tersebut maka dapat membuat *rating* layak tidaknya suatu program acara mendapatkan pemirsa atau penonton yang banyak.

Rating menjadi acuan utama dalam menentukan selera audiens, mutu acara serta menentukan keputusan dan strategi televisi. Strategi merupakan cara untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Strategi perlu dilakukan dalam perencanaan dan melaksanakan program acara. Hal ini juga diterapkan dalam program musik INBOX. Keberhasilan program musik ini juga tidak lepas dari

⁵ [https://id.wikipedia.org/wiki/Inbox_\(acara_televisi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Inbox_(acara_televisi)) akses pada tanggal 18 April 2017, pukul 15:50 WIB.

eksekutif produser, produser dan tim kreatif yang memiliki strategi untuk meingkatkan *rating*. Melakukan perencanaan suatu program, produser sangatlah berperan penting. Hal lain dapat terlihat dalam penelitian ini adalah produser yang membuat program INBOX bukan *department* stasiun televisi.

Dalam mempraktikan strategi, produser diperlukan adanya etos kerja yang kuat. Seseorang perlu bekerja penuh kegigihan, kerja keras dan kerja cerdas seperti halnya yang tertera di al-quran surah Al: An'am: 137 :⁶

وَكَذَٰلِكَ زَيْنَ لِكَثِيرٍ مِّنَ الْمُشْرِكِينَ قَتَلَ أَوْلَادَهُمْ شُرَكَاءُهُمْ لِيُردُّوهُمْ وَ
لِيَلْبِسُوا عَلَيْهِمْ دِينَهُمْ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا فَعَلُوهُ فَذَرْهُمْ وَمَا يَفْتَرُونَ

Artinya: “Hai kaumku, berbuatlah sepenuh kemampuanmu, Sesungguhnya akupun berbuat (pula). Kelak kamu akan mengetahui, siapakah (diantara kita) yang akan memperoleh hasil yang baik di dunia ini. Sesungguhnya orang-orang yang zalim itu tidak akan mendapatkan keberuntungan, (Qs. Al-An'am: 135).⁷

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas dapat diambil sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana strategi produser Program INBOX di SCTV dalam meningkatkan *rating* edisi *special* ramadhan tahun 2017?

⁶ Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul ALI art (J-ART), 2005), hlm,153.

⁷ <https://tafsirq.com/6-Al-An'am/ayat-135>, akses pada tanggal 18 April 2017,pukul 15:50 WIB.

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi yang diterapkan produser untuk meningkatkan *rating* program musik INBOX di SCTV.

2. Manfaat

- a. Manfaat secara teoritis adalah untuk memberikan informasi dan menambah wawasan mengenai strategi produser program musik di media televisi.
- b. Manfaat praktis adalah menjadi masukan bagi lembaga penyelenggara siaran televisi terutama terkait dengan program musik. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang tergabung dalam komunitas televisi.

D. Kajian Pustaka

Untuk menghindari penjiplakan hasil karya orang lain atau peneliti sejenis, penjelasan kajian pustaka ini dihadirkan untuk memposisikan penelitian ini diantara penelitian sejenis yang telah ada sebelumnya. Maka penelitian ini melakukan tinjauan dari beberapa penelitian sejenis yang telah ada sebelumnya, diantaranya:

1. Penelitian yang ditulis Muhammad Fani Maulana mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang berjudul Strategi Produser Program MAMAH

& AA BERAksi dalam Mempertahankan Kualitas Program di Stasiun Televisi Indosiar.⁸ Dalam skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi produser dalam mempertahankan kualitas program agar tidak kalah saing dengan program lainnya. Metode yang dipakai adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumen. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa strategi dalam mempertahankan kualitas program bukanlah strategi secara asal-asalan, namun harus dengan melalui rapat kerja, standar operasional pemakaian dan melalui berbagai evaluasi. Persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama membahas mengenai strategi program dan perbedaannya dalam penelitian tersebut adalah metode analisis data.

2. Penelitian yang ditulis Cangghih Bakti Pratiwi, mahasiswi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2013 yang berjudul Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADITV.⁹ Dalam skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program agar tidak kalah saing dengan program lain. Adanya perbaikan dalam program maupun peningkatan jumlah penonton Tamu Istimewa adalah hal

⁸ Muhammad Fani Maulana, *Strategi Produser Program MAMAH & AA BERAksi Dalam Mempertahankan Kualitas Program di Stasiun Televisi Indosiar*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

⁹ Cangghih Bakti Pratiwi, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADITV*, skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013).

yang melatar belakangi penulis dalam melakukan penelitiannya. Metode yang di pakai adalah deskriptif kualitatif interaktif milik miles & huberman, dimana objek penelitiannya adalah strategi kreatif produser program tamu istimewa dalam mempertahankan eksistensi program dan subjek penelitiannya adalah produser sebagai *key informan* dan beberapa *crew* lainnya. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi program tamu istimewa yaitu melalui penerapan tiga belas strategi kreatif milik naratama, serta kreatif produser dalam pemilihan host, penempatan atau jam tayang, tema, penataan artistik dan karakteristik siaran. Persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama membahas strategi dan metode analisis data sedangkan perbedaanya adalah dalam penelitian tersebut pembahasan mengenai strategi kreatif milik naratama namun dalam penelitian ini adalah strategi program milik peter pringle.

3. Jurnal penelitian yang ditulis Tantri Yudhientia dengan penelitian yang berjudul Strategi Manajemen *Programming* Pada Stasiun Televisi Swasta Lokal JTV Surabaya. Dalam jurnal penelitian tersebut membahas tentang proses strategi manajemen *Programming* meliputi beberapa tahapan, mulai dari perencanaan produksi, produksi dan pembelian program, eksekusi hingga pengawasan dan proses evaluasi program. Hal ini karena semua konsep rancangan program dibuat pada tahap tersebut. Pada proses perencanaan program peran dewan direksi sangat besar, karena mereka

yang memutuskan disetujui atau tidaknya ide program. Selain itu eksekutif produser dan produser juga sangat berperan penting, yaitu sebagai perancang konsep program.¹⁰ Persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti strategi program milik peter pringle dan perbedaannya penelitian tersebut adalah subjek.

E. Kerangka Teori

1. Strategi Produksi Siaran Televisi

Strategi adalah suatu program untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dalam berorganisasi untuk melaksanakan misi yang di buat. Strategi memberikan pengarahan terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan.¹¹ Selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak.¹²

Strategi program dalam media televisi sangatlah diperlukan untuk merencanakan bagaimana agar program yang ditayangkan bisa menarik dan menghasilkan dampak yang optimal. Tanpa strategi programming yang baik, maka stasiun televisi akan kehilangan penonton dan pengiklan.

¹⁰ Tantri Yudhientia, *Strategi Manajemen Programming Pada Stasiun Televisi Swasta Lokal JTV*, Jurnal, Surabaya.

¹¹ Morrisson, *Manajemen Media Penyiaran Startegi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm.136.

¹² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico, 1984), hlm.59.

Menurut Peter Pringle dkk, strategi program yang dilakukan produser agar menghasilkan dampak yang optimal meliputi:¹³

a. Strategi Perencanaan Program

Dalam perencanaan program acara, penanggung jawab program harus berfikir seperti pemirsa, karena pemirsa sebagai penikmat tayangan yang dihadirkan suatu program televisi merupakan sasaran utama dari media televisi.¹⁴ Pengelola program merencanakan suatu program yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat baik dari segi isi konten, pesan moral, kualitas gambar, kualitas program, kualitas suara dan sebagainya.

Keputusan antara *departement* program dan *departement* pemasaran untuk menyusun strategi program terbaik juga berkaitan dengan perencanaan program. Perencanaan program perlu dilakukan agar program yang dibuat nantinya sesuai dengan apa yang sudah ditentukan sebelumnya. Dengan adanya perencanaan ini maka *out put* program akan sesuai dengan konsep. Hal ini dilakukan agar tujuan terciptanya program berkualitas dan berefek bagi para pengiklan sebagai sumber dana program tersebut.¹⁵

¹³ Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran Startegi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm 231.

¹⁴ *Ibid.*, hlm 248.

¹⁵ *Ibid.*, hlm 251.

Media penyiaran juga harus mempertimbangkan aspek pemasaran dalam merencanakan suatu program siarannya karena ketika program yang diproduksi dengan biaya mahal akan disukai banyak *audiens*. Salah satu konsep pemasaran penting adalah yang harus dipahami oleh pengelola media adalah bauran pemasaran. Menerapkan bauran pemasaran ini ke dalam strategi program sehingga menjadi bauran program yang terdiri dari beberapa elemen-elemen sebagai berikut :¹⁶

- 1) Produk program (*product*), bahwa program adalah suatu produk yang ditawarkan kepada audien yang mencakup nama program dan kemasan program.
- 2) Harga program (*price*), yaitu harga suatu program yang mencakup biaya produksi program dan biaya yang akan dikenakan kepada pemasang iklan (tarif iklan) pada program bersangkutan jika ditayangkan.
- 3) Distribusi program (*place*), yaitu distribusi program yang merupakan proses pengiriman program dari transmisi hingga mereka tertarik audien melalui pesawat TV dan radio.
- 4) Promosi program (*promotion*), yaitu proses bagaimana memberi tahu audien mengenai adanya suatu program sehingga mereka tertarik untuk menonton atau mendengarkannya.

¹⁶ *Ibid.*, hlm 238-239.

Audien yaitu Penonton dan pendengar yang merupakan faktor paling penting dan menentukan apakah stasiun penyiaran pada saat melakukan perencanaan programnya perlu memutuskan apakah akan memproduksi atau tidak memproduksi suatu program. Tujuan audien menonton televisi adalah karena adanya suatu program. Audien juga menerima ekspos dari tayangan lain, seperti iklan, promo program, pengumuman, infomercial, dan bentuk-bentuk promosi lainnya namun tujuan mereka adalah untuk menyaksikan isi program yang dapat memuaskan kebutuhan mereka pada waktu tertentu.¹⁷

b. Strategi Produksi dan Pembelian Program

Setelah tahap perencanaan program, langkah selanjutnya yaitu melaksanakan rencana program yang telah dibuat, atau produksi program. Program acara televisi dapat diperoleh dengan cara program yang dibuat sendiri (*In-House Production*) seperti program yang terkait dengan informasi dan program yang dibuat oleh pihak lain seperti rumah produksi atau sering dikenal dengan PH (*production-house*).¹⁸

Pada produksi program hiburan anggota dari tim produksi dibagi dalam dua kategori, yaitu kategori staf kreatif dan kategori *crew* teknis. Dari kedua staf kategori ini harus saling bekerjasama agar hasilnya berkualitas. Kedua kategori ini yang masuk kedalam kategori staf kreatif

¹⁷ *Ibid.*, hlm, 245.

¹⁸ *Ibid.*, hlm 268.

adalah produser, asisten produser, asisten produksi, pengarah acara, asisten pengarah acara dan penulis naskah.¹⁹

Stasiun televisi yang akan membeli suatu program, harus memperhitungkan pemasukan yang mungkin diperoleh dari pemasang iklan. Pengelola stasiun televisi tentu menginginkan biaya yang dikeluarkan untuk membeli atau mengakuisisi program dapat kembali melalui biaya iklan. Dalam menentukan program apa yang akan dibeli dan berapa harga yang pantas bagi program itu, pengelola stasiun televisi harus memperhitungkan potensi *rating* yang dapat diperoleh program, jika ditayangkan dan pendapatan yang dapat diperoleh dari pemasang iklan.²⁰

c. Strategi Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Eksekusi ini merupakan proses pelaksanaan dari rencana program yang dibuat. Eksekusi program harus dibuat dengan sedemikian rupa agar tidak menyimpang terlalu jauh dari perencanaan semula. Dalam Strategi penayangan yang baik sangat ditentukan dari cara menyusun atau menata berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah

¹⁹ *Ibid.*, hlm 274.

²⁰ *Ibid.*, hlm, 395.

kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan.²¹

Head Sterling menyatakan bahwa stasiun televisi memiliki sejumlah strategi dalam upaya menarik audien masuk ke stasiun sendiri (*inflow*) dan menahan audien yang sudah ada untuk tidak pindah saluran atau mencegah terjadi aliran audien (*outflow*), yaitu:²²

- 1) *Head to head* Suatu program yang menarik audien yang sama sebagaimana audien yang dimiliki satu atau beberapa stasiun televisi saingan. Dalam hal ini stasiun televisi mencoba menarik audien yang tengah menonton program televisi saingan untuk pindah ke stasiun sendiri dengan menyajikan program yang sama dengan televisi saingan itu. Jika program sejenis yang disiarkan berbarengan, maka pengelola program harus mempertimbangkan apakah program baru itu cukup kuat menarik audien dari stasiun saingan untuk pindah ke stasiun sendiri. Jika program itu tidak cukup kuat bersaing, maka sebaiknya dicarikan jam tayang yang lain.
- 2) Program tandingan merupakan strategi penayangan program tandingan (*counter programming*) adalah strategi untuk merebut audien yang berada di stasiun saingan untuk pindah ke stasiun

²¹ *Ibid.*, hlm 302-303.

²² *Ibid.*, hlm 306.

dengan cara menjadwalkan suatu program yang memiliki gaya tarik berbeda untuk menarik audien yang belum terpenuhi kebutuhannya. Stasiun televisi menyajikan acara yang berbeda dari pada menyajikan acara yang mirip dengan program yang tayang di televisi lain.

- 3) *Bloking* program merupakan strategi bloking program (*blok programming*) adalah sama dengan konsep flow through Nielsen dimana audien dipertahankan untuk tidak pindah saluran dengan menyajikan acara sejenis selama waktu siaran tertentu.²³ flow through atau aliran tetap artinya audien tidak berpindah namun mengikuti acara selanjutnya pada stasiun yang sama.²⁴ A.C Nielsen dalam penelitiannya tahun 1977 menyatakan bahwa sebagian besar (86 persen) audien televisi akan tetap pada saluran semula jika stasiun bersangkutan kembali menayangkan program yang sama atau sejenis.²⁵

- 4) Buaian program disebut strategi membuat buaian (*creating hammock*) karena *hammock* berarti buaian yang dikaitkan pada dua batang pohon. Ini merupakan strategi untuk membangun audien pada suatu acara baru atau meningkatkan jumlah audien atas suatu program yang mulai mengalami penurunan popularitas. Caranya

²³ Ibid., hlm 307.

²⁴ Ibid., hlm 194.

²⁵ Ibid., hlm 194.

adalah dengan menempatkan acara bersangkutan di tengah-tengah di antara dua program unggulan. Audien akan mencoba mengikuti acara baru yang ditayangkan setelah suatu program unggulan usai sambil menunggu acara unggulan berikutnya sehingga *terjadi flow through* dari program unggulan ke program lemah. Ini adalah upaya untuk menarik perhatian audien terhadap suatu acara baru.

- 5) Penghalangan (*stunting*) yaitu strategi untuk merebut perhatian audien dengan cara melakukan perubahan jadwal program secara tepat. Misalnya, menyajikan suatu seri film baru yang memiliki durasi waktu yang panjang. Cara lain adalah menginterupsi suatu program yang kuat dengan acara lain yang lemah atau sebaliknya mengintrupsi program regular dengan acara khusus yang kuat.
- 6) Strategi lainnya adalah beberapa strategi dengan tetap mempertahankan program-program yang berhasil pada posisinya yang sekarang. Audien umumnya sudah terbiasa dengan jadwal program yang menjadi kegemarannya. Perubahan jadwal program akan membingungkan audien dan bahkan program itu dapat kehilangan audiennya. Selain itu, stasiun televisi yang akan menayangkan program unggulan sebaiknya memilih waktu siaran pada saat tersedia banyak audien misalnya pada saat prime time.

d. Strategi Pengawasan dan Evaluasi

Proses pengawasan dan evaluasi akan menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang sudah didapat, dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, *departement*, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departement memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kinerja tidak sama, maka perlu diadakan perbaikan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif.²⁶ Dalam pengawasan dan evaluasi program, harus dilakukan beberapa hal yaitu: mempersiapkan standar program penyiaran, mengawasi isi program, memelihara catatan program yang disiarkan, mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf dan *departement* program, memastikan kesesuaian program dengan kontrak yang telah dibuat dan memastikan bahwa biaya produksi tidak lebih dari jumlah yang telah dianggarkan.²⁷ Pada tahap ini akan dievaluasi apa saja kelebihan dan kekurangan selama pelaksanaan program.

Pedoman perilaku penyiaran merupakan panduan tentang batasan-batasan mengenai apa yang diperbolehkan dan atau yang tidak diperbolehkan berlangsung dalam proses pembuatan (produksi) program

²⁶ *Ibid.*, hlm., 314.

²⁷ *Ibid.*, hlm., 315

siaran, sedangkan standar program siaran merupakan panduan tentang batasan yang diperbolehkan ditayangkan dalam program siaran. Dalam hal ini P3PS adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan menjadi acuan bagi stasiun penyiaran dan KPI untuk menyelenggarakan data mengawasi system nasional Indonesia.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku serta tanda yang diamati.²⁸ Sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif yang dibuat secara fakta dan akurat mengenai sifat- sifat dan keadaan sebenarnya dari populasi atau objek tertentu.

2. Subjek dan Objek penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah individu yang terlibat dimana data akan dikumpulkan.²⁹ Subjek penelitian ini adalah eksekutif produser dan produser program INBOX sebagai *key informan* dan beberapa kerabat kerja yang terlibat sebagai informan antara lain, tim kreatif, produksi asisten dan program director.

²⁸ Rachmat Krisyantono, *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.58.

²⁹ Ibnu Hajar, *dasar-dasar penelitian*, (Jakarta: Grafindo Persada, 1996), hlm.133.

b. Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ingin diteliti, dalam hal ini adalah strategi produser program INBOX di SCTV dalam meningkatkan *rating* edisi *special* ramadhan tahun 2017, yang meliputi perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program.

3. Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah sumber data utama yang digunakan untuk melakukan sebuah penelitian. Data yang diperoleh melalui proses penelitian langsung dari partisipasi atau sasaran penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah produser dan kru program INBOX selain itu suasana sebagai fakta dan fenomena di lingkungan produksi pun menjadi data primer penelitian ini.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber informasi, yaitu melalui dokumen-dokumen, jurnal dan *website* yang berkaitan dengan opini tentang sebuah program acara.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah tehnik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Guna untuk memperoleh data

yang berhubungan dengan penelitian maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara berupa:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan (*conversation*). Observasi ini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator, sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.³⁰

Observasi dalam penelitian ini bersifat lapangan, dengan membuktikan secara langsung prosesnya secara obyektif, tanpa harus ikut serta dalam proses produksi, dan data yang diperoleh akan langsung dicatat secara jelas. Teknik observasi dalam penelitian ini digunakan untuk meneliti empat strategi program untuk meningkatkan data *rating*.

b. Wawancara

Wawancara ini merupakan salah satu metode pengumpulan data pada riset kualitatif. Wawancara dalam riset kualitatif, yang disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara

³⁰ *Ibid.*, hlm.108.

secara intensif (*intensive-interview*) dan kebanyakan takberstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam.³¹

Teknik wawancara dalam penelitian ini untuk menggali informasi secara mendalam guna untuk memperkuat data yang ada dilapangan. Wawancara penelitian ini diperoleh dari seorang eksekutif produser dan produser yang berkaitan dengan program acara INBOX. Aspek yang akan digali yaitu tentang strategi untuk meningkatkan data *rating share*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data berupa file-file yang terkait dengan penelitian seperti foto-foto, rancangan produksi, hasil rekaman dan dokumen-dokumen lainnya yang mendukung dalam memperbanyak sumber dalam penelitian ini. Dari hasil dokumentasi tersebut nantinya akan dipilih sesuai yang dengan kebutuhan peneliti.

Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data-data yang lebih lengkap melalui arsip-arsip atau dokumen yang mendukung, terkait dengan foto-foto, dokumen-dokumen dan hasil rekaman ketika produksi acara INBOX. Dari hasil dokumentasi tersebut nantinya akan dipilih sesuai dengan kebutuhan peneliti.

5. Metode Analisis Data

Model analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data kualitatif Model Interaktif milik Miles & Huberman. Menurut Miles &

³¹ Rakhmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.98.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai “Strategi Produser Program INBOX Di SCTV Dalam Meningkatkan *Rating* Edisi *Special* Ramadhan”, dapat disimpulkan bahwa dalam memproduksi program INBOX, produser menggunakan empat strategi menurut Peter Pringle, yakni strategi perencanaan program, strategi produksi dan pembelian program, strategi eksekusi, dan strategi pengawasan dan evaluasi.

Strategi perencanaan program yakni produser menyiapkan rancangan jangka pendek, menengah hingga panjang. Rancangan tersebut tidak lupa dalam menerapkan bauran pemasaran kedalam strategi program yang terdiri atas empat elemen yaitu menyangkut program INBOX, budget suatu program, jam tayang program, dan suatu promosi program. Perancangan tersebut dengan mengetahui tujuan suatu program televisi, paham terhadap keadaan yang ada di masyarakat, dengan melihat semua faktor baik segi teknis maupun non teknis, serta penonton karena merupakan faktor paling penting dan menentukan suatu program yang berkualitas.

Strategi kedua yaitu strategi produksi dan pembelian program. Program INBOX edisi *special* ramadhan diproduksi sendiri (*In-House production*) dengan didukung banyak orang yang bekerja dibalik layar. Produksi program yang dilakukan secara *in-house* memberikan keuntungan sendiri bagi program. Sehingga mengurangi biaya pembelian program.

Strategi ketiga adalah strategi eksekusi program dimana produser dituntut untuk membuat suatu program yang berkualitas dan menarik dengan cara yang dilakukan diantaranya, melalui pemandu acara host dan *co-host*, melalui konten menarik, melalui talent, melalui lokasi, melalui penonton bayaran dan melalui kuis. Hal lain terlihat dari upaya untuk menarik audien masuk ke stasiun sendiri seperti INBOX *special*, memberikan inovasi-inovasi dan tidak pernah melakukan perpindahan jam tayang untuk mempertahankan penonton. Cara inilah yang membuat program INBOX mendapatkan rating bagus.

Strategi yang terakhir adalah strategi pengawasan dan evaluasi. Pengawasan dilakukan produser dengan cara berpedoman pada P3SPS sebagai dasar Standar Operasional Pemakaian (SOP). SOP tersebut kemudian menjadi acuan produser menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan produksi. Evaluasi ini guna membuat program agar lebih baik.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan penulis sebagai bahan pertimbangan produser untuk kemajuan program dan stasiun penyiaran adalah sebagai berikut :

1. Bagi program acara INBOX, selalu memberikan konten-konten yang menarik demi kemajuan program.
2. Selalu memberikan inovasi baru guna untuk mempertahankan program acara INBOX di SCTV.
3. Bagi program acara INBOX disarankan mencoba acara *indoor* untuk menambah inovasi baru dengan suasana yang berbeda.
4. Lebih maksimalkan penerapan strategi produser dan kreativitasnya yang sudah dilakukan agar program acara INBOX lebih baik lagi kedepannya.

C. Kata Penutup

Sebagai kata penutup, tidak ada kata yang pantas penulis ucapkan kecuali ucapan syukur Alhamdulillah atas segala rahmat, hidayah serta nikmat dari Allah SWT yang diberikan kepada penulis, berupa kesehatan, kecerdasan, kesempatan sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Dengan selesainya skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Stasiun Televisi Swasta (SCTV), dan keilmuan dibidang boardcsting lainnya. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua umat manusia baik pembaca umumnya maupun penulis khususnya.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico, 1984.

Aziz Moh. Ali, *Ilmu dakwah*, Jakarta: Prenada media, 2004.

Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Jumanatul ALI art (J-ART), 2005.

Herdiansyah, Haris, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Krisyantono Rachmat, *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Adverstising, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2006.

Kriyantono, Rachmat, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2006.

Kuswandi, Wawan, *Komunikasi massa Analisis Interaktif Budaya massa*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.

Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran Startegi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Suprpto, Tommy, *Berkarier di Bidang Boardcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.

Suryawati, Indah, *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktek*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Susanto, Phil. Astrid S., *Komunikasi Sosial di Indonesia*, Bandung: Binacipta, 1982.

SKRIPSI & JURNAL

Maulana, Muhammad Fani, *Strategi Produser Program MAMAH & AA BERAksi Dalam Mempertahankan Kualitas Program di Stasiun Televisi Indosiar*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014).

Pratiwi, Canggi Bekt, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADITV*, Skripsi (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013).

Septiyani, Istiana, *Strategi Produksi Program Acara Dahsyat Dalam Meningkatkan rating & share di RCTI (periode Oktober 2008-Juli 2009)*, Skripsi (Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, 2009).

Yudhientia, Tantri, *Strategi Manajemen Programming Pada Stasiun Televisi Swasta Lokal JTV*, Jurnal, Surabaya.

INTERNET:

[https://id.wikipedia.org/wiki/Inbox_\(acara_televisi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Inbox_(acara_televisi))

Lampiran 1

INTERVIEW GUIDE

(Gambaran Umum)

A. Narasumber : Produser INBOX

1. Apa yang melatar belakangi dibuatnya program acara INBOX
2. Tujuan dibuatnya Program INBOX
3. Kenapa memilih nama INBOX ? adakah makna dari INBOX tersebut.
4. Apa yang memebedakan program ini dengan program lainnya?
5. Kapan pertama kali INBOX tayang
6. Visi Misi Program INBOX
7. Bagaimana Reaksi/ tanggapan audiens tentang INBOX
8. Siapa yang menjadi sasaran atau target penonton program acara ini
9. Menurut bapak apa yang dimaksud dengan perencanaan program
10. Strategi apa yang direncanakan buat menaikkan rating share baik dari segi konten pesan moral, kualitas gambar, kualitas program, suara dll.
11. Apa yang harus diperhatikan dalam membuat perencanaan program.
12. Bagaimana cara melakukan perencanaan yang matang.
13. Faktor apa yang paling penting dalam perencanaan program
14. Kreativitas apa yang dilakukan produser hingga program INBOX bisa bertahan lama?

15. Tugas dan tanggung jawab bapak sebagai produser?
16. Apakah produser memiliki cara berfikir yang berbeda untuk menggali kreativitas dalam mendapatkan ide untuk menaikkan rating share?
17. Apa solusi yang bisa dilakukan apabila mengalami kendala baik sebelum melakukan produksi, pada saat produksi dan pasca produksi?
18. Apakah produser juga menerima atau menampung ide baru yang berasal dari luar?
19. Apakah produser berani melakukan strategi baru dan menemukan ide diluar kebiasaan yang dilakukan?
20. Apa usaha produser untuk menjadikan program inbox memiliki daya tarik lebih bagi para pemirsanya
21. Persiapan apa yang dilakukan sebelum on air
22. Mengapa memilih waktu tayang pada jam 07:30 pagi jumat sampai minggu?
23. Pernah tidak ada perubahan jam tayang,itu bagaimana cara mengatasinya?
24. Siapa sajakah target audiens dan kenapa?
25. Adakah trik khusus yang dilakukan untuk menarik pemirsa? Head to head
26. Apa yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan tema per episode?
27. Adakah yang menjadi kendala saat produksi inbox
28. Hal apa saja yang dilakukan untuk mengembangkan program dan menarik pemirsa atau pemasang iklan guna mempertahankan eksistensi program,?

29. Program inbox di produksi langsung oleh sctv ataukah membeli dari production house
30. Perubahan atau inovasi apa saja yang sudah dilakukan dari program inbox
31. Pernakah inbox mendapat teguran dari KPI ? alasannya kenapa? Lalu bagaimana langkah cara untuk tidak menanggulangnya
32. Adakah tema yang dihindari dalam inbox
33. Setelah proses produksi persiapan apa saja yang dilakukan
34. Apakah produser melakukan evaluasi setelah produksi berlangsung ? dan bagaimana evaluasi yang biasa dilakukan

B. Narasumber : Tim Produksi

1. Kreatifitas apa yang disumbangkan oleh tim produksi INBOX dalam kaitannya menaikkan rating share?
2. Sebelum produksi apakah melakukan general rehearse terlebih dahulu?
3. Apa sajakah media yang dilakukan untuk berinteraksi dengan audiens
4. Bagaimana kreativitas yang dilakukan untuk menarik audiens ikut berinteraksi
5. Bagaimana menkoordinir penonton berada di outdoor?
6. Adakah maksud tersendiri dari tata panggung
7. Pernakah melakukan perubahan setting artistik dan jika pernah berapa seringkah perubahan dilakukan
8. Apakah wardrobe dan make up menjadi perhatian khusus

9. Untuk host apakah ada trik khusus agar menarik pemirsa
10. Dalam slogan yang digunakan INBOX MANTAP , apakah merupakan skema buat menarik audiens? Siapa yang membuatnya?

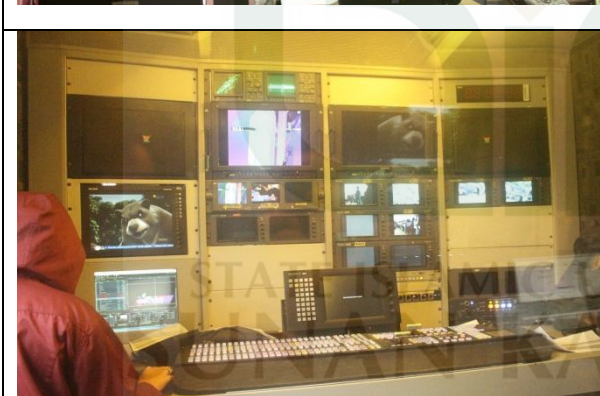


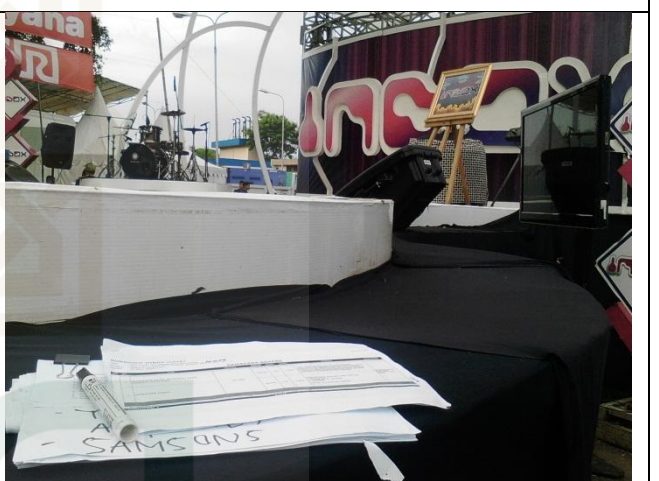
Lampiran 2





YOGYAKARTA





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

FINAL RUNDOWN INBOX

HOST : ANDHIKA PRATAMA, GILANG DIRGA, IRFAN HAKIM, BIANCA LIZA
ARTIS : ARMADA - SYAHRINI - JKT48 - NOURA
PENDUKUNG : TRIO IMUT (AQILA - INTAN - SOPHIA) THE BOYS (GILBERT - FAIREL - ALI FIKRI)
TANGGAL : 18 JUNI 2017
DURASI : 75 MENIT (BODY)

23/08/15 01:13

LOKASI: JUNGLE LAND, SENTUL

SEG	NO	ITEM	TALENTS	DURASI (J:M:D)	RUNTIME	MUSIC	REMARKS	PROP&WARD
I	1	OBB	VTR	0:00:40	7:00:00	VTR		
	2	GIMMICK KEMACETAN ARUS MUDIK	ALL HOST TRIO IMUT THE BOYS (GILBERT - ALI FIQRI - FAIREL) NTMC NTMC : BRIPDA ANGGUN BRIPDA ANDRE	0:02:30	7:00:40	MIRZA	LOKASI: AREA DEPAN PANGGUNG '- BEBERAPA WARGA ANTRI SEDANG MUDIK, AMBIL GAMBAR ANTRIAN MOTOR DAN OBIL. - HOST KELUAR DARI MOBIL MASING-MASING (SEOLAH MENYERAH MEREKA SDAH ANTRI SEJAK KEMARIN) - NTMC INFRAME - HOST ATANYA KE NTMC TENTANG ARUS MUDIK 2017 KALI INI	
	3	OPENING HOST LOKASI : JUNGLELAND SENTUL BINTANG TAMU : ARMADA - SYAHRINI - JKT48 - NOURA	ALL HOST	0:02:00	7:03:10	LIVE	LOKASI : JUNGLELAND SENTUL BINTANG TAMU : ARMADA - SYAHRINI - JKT48 - NOURA	
	4	SONG #1. ASAL KAU BAHAGIA CIPT.	ARMADA	0:04:00	7:05:10	MMO	LOKASI :	
	5	BUMPER OUT	VTR	0:00:05	7:09:10	VTR		
TOTAL DURATION PART I				0:09:15				
COMMERCIAL BREAK 1				0:08:00	7:09:15			

SEG	NO	ITEM	TALENTS	DURASI (J:M:D)	RUNTIME	MUSIC	REMARKS	PROP&WARD
II	6	BUMPER IN	VTR	0:00:05	7:17:15	VTR		
	7	FASHION SHOW CAST SINETRON "INDAH KASIH BUNDA"	KELUARGA 1: ANNISA TRIHAPSARI SULTAN DJORGI AQUENE DJORGI AQEELA CALISTA	0:01:30	7:59:40	MIRZA musik fashion show	LOKASI: AREA GLOBE - ALL CAST INDAH KASIH BUNDA PERKENALAN DENGAN FASHION SHOW (MUNCUL BERBARENGAN PER-TIM KELUARGA)	
	8	MIX & MATCH BAJU LEBARAN	KELUARGA 2: SISCA MAGDALENA IQBAL PAKULA FIRDAUS R ALEJANDRO SINYO NADYA BULAN HOST :	0:06:00	8:01:10	MIRZA	ANNISA TRIHAPSARI KASIH TIPS N TRIK UNTUK MENYIAPKAN BAJU LEBARAN UNTUK KELUARGA KASIH TIPS UNTUK KOSTUM LEBARAN KELUARGA SEPERTI APA	
	9	PROMO SINETRON "INDAH KASIH BUNDA"	CAST INDAH KASIH HOST : IRFAN HAKIM - GILANG DIRGA	0:04:00	8:07:10	MIRZA	PEMBAHASAN SINETRON TANGGAL: JAM :	
	20	SONG #2. I LOVE YOU ALLAH CIPT. CHARLY VAN HOUTEN	SYAHRINI	0:04:00	7:47:30	LIVE	LOKASI :	
	11	BUMPER OUT		0:00:05	7:31:20	VTR		
TOTAL DURATION PART 2				0:15:40				
COMMERCIAL BREAK 2				0:08:00	7:31:25			
III	12	BUMPER IN	VTR	0:00:05	7:39:25	VTR		
	13	MAIN GAMES TEBAK GAMBAR	ALL HOST JKT48	0:10:00	7:17:20	MIRZA	LOKASI: - HOST AJAK JKT MAIN GAMES (BAGI 2 TIM) TIM 1: TIM 2: GAMES : - 1 TIM PEGANG BALON - HOST BUKA GAMBAR (PESERTA HARUS MENEBAK) - JIKA JAWABAN TERTEBAK, BALON DIPINDAH TANGANKAN KE TIM SEBELAHNYA - JIKA BALON MELEDAK DISALAH SATU TIM, TIM-NYA HARUS MENGURANGI PEMAIN - TIM YANG TERSISA PALING BANYAK YG MENANG.	PROPERTY : - BALON - POMPA BALON & SELANGNYA - PAPAN SKOR
	14	SONG #3. SEDIKIT SAJA I LOVE YOU CIPT.	JKT 48	0:04:00	7:27:20	LIVE	LOKASI :	
	15	BUMPER OUT	VTR	0:00:05	7:51:30	VTR		
	TOTAL DURATION PART III				0:14:10			
COMMERCIAL BREAK 3				0:08:00	7:51:35			

SEG	NO	ITEM	TALENTS	DURASI (J:M:D)	RUNTIME	MUSIC	REMARKS	PROP&WARD
IV	16	BUMPER IN	VTR	0:00:05	7:59:35	VTR		
	17	TRAILER FILM "SURAT KECIL UNTUK TUHAN"	VTR	0:01:00	7:39:30	MO	LOKASI :	
	18	PROMO FILM "SURAT KECIL UNTUK TUHAN"	CAST FILM : - JOE TASLIM - BIMA - IZZATI KHANSA - FAJAR BUSTOMI (SUTRADARA) BCL (TTV)	0:07:00	7:40:30		LOKASI : AREA MOBIL2AN 'BAHAS FILM TAYANG MULAI :	
	10	SONG #4. HANYA SEMENTARA CIPT.	NOURA	0:04:00	8:11:10	MO	LOKASI : AREA MOBIL2AN	
	19	BUILT IN TELON LANG	MELANIE OGHEL	0:03:00	7:47:30	LIVE	LOKASI STAGE	
	21	BUMPER OUT	VTR	0:00:05	8:15:10	VTR		
TOTAL DURATION PART IV COMMERCIAL BREAK 4				0:15:10 0:08:00	8:15:15	VTR		

SEG	NO	ITEM	TALENTS	DURASI (J:M:D)	RUNTIME	MUSIC	REMARKS	PROP&WARD
V	22	BUMPER IN	VTR	0:00:05	8:23:15	VTR		
	23	SONG #5. TAUBATLAH TAUBAT CIPT. PASHA UNGU	SYAHRINI	0:03:30	8:23:20	MO		
	24	INBOX SAMBUNG LIRIK	ALL HOST SYAHRINI CAST SINETRON INDAH KASIH BUNDA (2) TRIO IMUT THE BOYS	0:07:00	8:26:50	MIRZA	GILANG AKAN MENYANYIKAN BEBERAPA LIRIK DAN PESERTA AKAN MELANJUTKAN POTONGAN LIRIK YANG DINYANYIIN GILANG TETAPI SEBELUMNYA MEREKA HARUS MEMOMPA & MEMECAHKAN BALON TERLEBIH DAHULU 3 LAGU SAJA PESERTA: - SYAHRINI + IRFAN + TRIO IMUT - CAST SINETRON INDAH KASIH BUNDA + THE BOYS	
	25	BUMPER OUT	VTR	0:00:05	8:33:50	VTR		
	TOTAL DURATION PART V COMMERCIAL BREAK 4			0:10:40 0:08:00	8:33:55	VTR		
VI	26	BUMPER IN	VTR	0:00:05	8:41:55	VTR		
	27	CLOSING SAMPAI KETEMU LAGI SETELAH LEBARAN, MINAL AIDIN WALFAIDZIN MOHON MAAF LAHIR BATIN. SELAMAT MERAYAKAN HARI RAYA IDULFITRI 1438.	ALL HOST TRIO IMUT THE BOYS (ALI FIQRI - GILBERT - FAIREL)	0:02:00	8:42:00	MIRZA	ADLIBS : SAMPAI KETEMU LAGI SETELAH LEBARAN MINAL AIDIN WALFAIDZIN MOHON MAAF LAHIR BATIN SELAMAT MERAYAKAN HARI RAYA IDULFITRI 1438	
	28	SONG #6. FORTUNE COOKIES CIPT.	JKT 48	0:03:30	8:44:00	MO	LOKASI :	
	29	CREDIT TITLE	VTR	0:00:30	8:47:30	VTR		
	TOTAL DURATION PART VI TOTAL COMMBREAK TOTAL BODY PROGRAM TOTAL DURASI PROGRAM			0:06:05 0:40:00 1:11:00 1:51:00	8:48:00			

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : Linda Sarifatun
JenisKelamin : Perempuan
Tempat dan Tanggal Lahir : Bumi jaya, 19 September 1995
Agama : Islam
Tinggi/ Berat : 150 cm / 40 kg
Kewarganegaraan : WNI
Status Perkawinan : Belum kawin
Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Alamat Domisili : Menulis, Sumpetersari, Moyudan, Sleman, D.I
Yogyakarta
Telp. : 085781525222 / 085602138666
Alamat Rumah : Bumi jaya, Candipuro, Lampung Selatan
Alamat E-mail : Linda.cecak@gmail.com,
Lindasarifatun@yahoo.co.id
Nama Ayah : Mukhlis
Nama Ibu : Sarifah
Nama Saudara Kandung : 1. Agus Sarifin
2. Arif Maulana



A. Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Tahun	Lama Pendidikan	Keterangan
1.	TK Bustanul Athfal Bumi Jaya	2000-2001	1 tahun	LULUS
2.	MI Bumi Jaya	2001 – 2007	6 tahun	LULUS
3.	Mts MA Cinta Mulya	2007 – 2010	3 tahun	LULUS
4.	MAN Godean Sleman Yogyakarta	2010 – 2013	3 tahun	LULUS

5.	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (konsentrasi Broadcasting TV)	2013 – sekarang	-
----	---	--------------------	---

B. Organisasi

No.	Nama Organisasi	Jabatan	Periode
1.	Organisasi Siswa Intar Sekolah	Bag. Kesenian	2011 – 2012
2.	Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)	Tim Kreatif	2016
3.	Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)	Redaktur	2015 –2016
4.	Jamaah Cinema Mahasiswa	Crew	2013-2014
5.	Himpunan mahasiswa lampung	Anggota	2013- Sekarang
6.	Pramuka	Peserta	2004-2010

C. Kemampuan

1. Kemampuan Non Akademik
 - Fotografi
 - Vidiografi
 - Film Maker
 - Editing (Adobe Premiere)
 - Citizen Journalism
2. Bahasa Inggris Aktif-Pasif

D. Pengalaman Kerja

- Magang Kreatif SCTV
- Crew Magang (make up&wardrobe) di PH Oranye Production dalam pembuatan :
 - 1). Admisi UIN Sunan Kalijaga (Profil pendaftaran mahasiswa baru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)
 - 2). Profil warung steak
- Produser film dokumenter “LUPA”
- Director Of Photographi, pembuatan ide, dan editor film dokumenter “LUPA”.
- Cameraman di IO dalam acara Bank
- Ass.cameraman acara Wisuda UIN Sunan Kalijaga
- Karya yang tayang di TV Nasional :
 - 1). Aneka makanan dari tempe dibantul
 - 2). Car free day
 - 3). Desa wisata Gamplong
 - 4). Kelezatan Kuliner Sate Kere Daging Sapi
 - 5). Klub Sepatu Roda di Yogyakarta

- 6). Konflik Kpk Vs Polri
 - 7). Levitasi Jogja
 - 8). Lomba Robot Anak
 - 9). Lomba Robotik di Universitas Nasional Yogyakarta
 - 10). Mie Ayam Popeye Kreasi Mie dan Bayam
 - 11). Pantai Wedi Ombo
 - 12). Pemuda bersih kali code dari sampah
 - 13). Restoran Ala Penjara di Yogyakarta
 - 14). Restoran Bertema tempo dulu di Yogyakarta
 - 15). Tanah Bergerak
 - 16). Tempat Nongkrong dalam Pesawat
 - 17). Josh handani ciptakan sekolah pemandu wisata
 - 18). Mbah Dul, pembuat topeng legendaris
 - 19). Kurikulum gratis dari warga Australia
 - 20). Soto pites mbah galak
 - 21). Kedai Domlong (Trans7)
 - 22). Raja Jengkol
 - 23). Pantai Klayar (Trans 7)
 - 24). Bubur Lethek
 - 25). Bakso Mukidi
 - 26). Pemanfaatan Sampah Plastik
 - 27). Film LUPA (INDOSIAR)
- Dokumentasi acara milad Al-mizan
 - Dokumentasi Acara Seminar Nasional
 - Vidio Shuting Acara pernikahan di PH Embun Prodaction
 - Pemotretan acara pernikahan
 - Pemotretan acara pembuatan kalender baru Panti Asuhan
 - Liputan Liga futsal 2016 (Media Perindo)
 - Magang di Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan DIY
 - Juara harapan II festival Film Puskat

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sesungguhnya, serta menurut keadaan yang sebenarnya.

Yogyakarta, 31 Juli
2017

Linda Sarifatun



SCTV

PT . Surya Citra Televisi

Certificate

PT. Surya Citra Televisi

memberikan sertifikat ini kepada

Nama : LINDA SARIFATUN
Nomor : 13210026
Fakultas/Jurusan : DAKWAH & KOMUNIKASI
Universitas/Sekolah : UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang telah mengikuti MAGANG CREATIVE di :

Departemen : CREATIVE
Divisi : INDONESIA ENTERTAINMENT PRODUKSI
Periode : 09 JANUARI S/D 07 APRIL 2017

Jakarta, 07 APRIL 2017

PT. Surya Citra Televisi


PT. SURYA CITRA TELEVISI

INDRA FEBRIYANTO
RECRUITMENT OFFICER



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274)
552230 Yogyakarta 55221

SERTIFIKAT

Nomor: UIN...../MP KPI/PP...../...../2016

Panitia Pelaksana Magang Profesi Masiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga angkatan ke-31 tahun akademik
2016/2017. Menyatakan :

Nama : Linda Sarifatun
NIM : 13210025
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melaksanakan Magang Profesi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam semester
ganjil tahun akademik 2016/2017 di BTKP D.I. Yogyakarta pada tanggal 3 Oktober – 5
November 2016 dengan nilai A

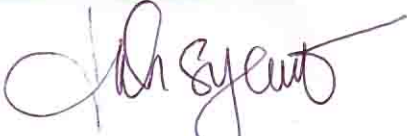
Mengetahui,

Ketua Jurusan KPI
Fakultas Dakwah & Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, 5 November 2016

Ketua Panitia
Fakultas Dakwah & Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP: 19671006 199403b1 003


Nanang Mizwar H, S.Sos., M.Si.
NIP: 19840307 201101 1 013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-317.1/UIN.02/L.3/PM.03.1/P4.149/2016

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada :

Nama : Linda Sarifatun
Tempat, dan Tanggal Lahir : Bumi Jaya, 19 September 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 13210026
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2015/2016 (Angkatan ke-90), di :

Lokasi : Dukuhsari
Kecamatan : Turi
Kabupaten/Kota : Kab. Sleman
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juli s.d. 25 Agustus 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 97,12 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status matakuliah intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 12 Oktober 2016



Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002

Sertifikat

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : LINDA SARIFATUN
 NIM : 13210026
 Fakultas : FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Jurusan/Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
 Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	75	B
2	Microsoft Excel	65	C
3	Microsoft Power Point	65	C
4	Microsoft Internet	80	B
5	Total Nilai	71.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	



PKSI

Pusat Komputer & Sistem Informasi



Yogyakarta, 30 Desember 2013

Kepala PKSI

Dr. Agung Fatwanto S.Si., M.Kom.
 NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.20.7328/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Linda Sarifatun**
Date of Birth : **September 19, 1995**
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **March 11, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	41
Structure & Written Expression	45
Reading Comprehension	44
Total Score	433

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, March 11, 2016
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.5.144/2017

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Linda Sarifatun :

تاريخ الميلاد : ١٩ سبتمبر ١٩٩٥

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٧ أبريل ٢٠١٧، وحصلت
على درجة :

٥٠	فهم المسموع
٤٨	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٨	فهم المقروء
٤٢	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٢٧ أبريل ٢٠١٧
المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠٥



Nomor: UIN.02/R.1/PP.00.9/2752.a/2013

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : LINDA SARIFATUN
NIM : 13210026
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014
Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran)

YOGYAKARTA

Yogyakarta, 2 September 2013

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan


Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.

NIP. 19591218 197803 2 001



SERTIFIKAT

No : /PAN.OPAK-UIN-SUKA/VIII/13
diberikan kepada :

Linda Sarifatur

sebagai :
PESERTA

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
2013

dengan tema :

"Menciptakan Gerakan Mahasiswa yang Berasaskan Ahl As-Sunnah Wa Al-Jama'ah
Untuk Mengawal Ke-Indonesiaan"

Mengetahui,
Wakil Rektor I
Bid. Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.
NIP. 19591218 198703 2 001

Mengetahui,
Presiden DEMA UIN Sunan Kalijaga



Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi
NIM. 09470163

Kampus UIN Sunan Kalijaga
21-23 Agustus 2013

Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2013

Dawamun Ni'am A
Ketua
Salfudin Anwar
Sekretaris



LABORATORIUM AGAMA
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

Pengelola Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

LINDA SARIFATUN

13210026

LULUS

Ujian sertifikasi Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Laboratorium Agama
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 31 Oktober 2014
Ketua

Dekan



Dr. H. Waryono, M.Ag.
NIP. 19701010 199903 1 002

Dr. Sriharini, M.Si
NIP. 19710526 199703 2 001



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

DAFTAR NILAI UJIAN MADRASAH ALIYAH

Program : Ilmu Pengetahuan Alam
TAHUN PELAJARAN 2012/2013

Kurikulum : **Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)**
 Nama : **LINDA SARIFATUN**
 Tempat dan Tanggal Lahir : **Bumijaya, 19 September 1995**
 Nomor Induk : **5533**
 Nomor Peserta : **3-13-04-04-035-036-5**

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-Rata Rapor	Nilai Ujian Madrasah	Nilai Madrasah*)
I	UJIAN MADRASAH			
	1. Pendidikan Agama Islam			
	a. Al-Qur'an-Hadis	8.00	8.50	8.30
	b. Akidah-Akhlak	8.03	8.00	8.01
	c. Fikih	8.03	8.80	8.49
	d. Sejarah Kebudayaan Islam	7.80	8.60	8.28
	2. Pendidikan Kewarganegaraan	7.73	8.80	8.37
	3. Bahasa Indonesia	8.18	8.59	8.43
	4. Bahasa Arab	8.03	7.75	7.86
	5. Bahasa Inggris	7.57	8.35	8.04
	6. Matematika	7.53	8.25	7.96
	7. Fisika	7.85	8.23	8.08
	8. Kimia	7.78	8.38	8.14
	9. Biologi	7.68	8.10	7.93
	10. Sejarah	7.63	8.60	8.21
	11. Seni Budaya	7.72	7.50	7.59
	12. Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	7.85	8.40	8.18
	13. Teknologi Informasi dan Komunikasi	7.72	8.65	8.28
	14. Keterampilan/Bahasa Asing Ilmu Komputer	7.75	8.50	8.20
Rata-Rata				8.14

*) Nilai Madrasah = 40% Nilai Rata-Rata Rapor + 60% Nilai Ujian Madrasah

No.	Mata Pelajaran	Nilai Madrasah	Nilai Ujian Nasional	Nilai Akhir *)
II	UJIAN NASIONAL			
	1. Bahasa Indonesia	8.43	7.60	7.9
	2. Bahasa Inggris	8.04	5.60	6.6
	3. Matematika	7.96	4.00	5.6
	4. Fisika	8.08	5.00	6.2
	5. Kimia	8.14	4.75	6.1
	6. Biologi	7.93	4.75	6.0
Rata-Rata				6.4

*) Nilai Akhir = 40% Nilai Madrasah + 60% Nilai Ujian Nasional

Sleman, 24 Mei 2013
Kepala Madrasah,



Drs. Binuriddin
NIP. 195908051992031002



KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA

IJAZAH

MADRASAH ALIYAH
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN ALAM

TAHUN PELAJARAN 2012/2013

Nomor : MA-12-08/12.4/PP.01.1/036/2013

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah... Negeri.....
Godean..... menerangkan bahwa:

nama : LINDA SARIFATUN
tempat dan tanggal lahir : Bumijaya , 19 September 1995
nama orang tua : Muhklas
nomor induk : 5533
nomor peserta : 3-13-04-04-035-036-5

LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Madrasah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Sleman , 24 Mei..... 2013

Kepala Madrasah,



Dr. Binuriddin
NIP. 195908051992031002

MA 120000958





Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)
Divisi Televisi dan Multimedia
Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Sertifikat

diberikan kepada :

Linda Sarifatun

sebagai

PESERTA

Workshop Pengenalan Produksi Siaran Televisi

Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)
yang dilaksanakan 19 Oktober - 11 November 2013

Yogyakarta, 11 November 2013

 UIN Sunan Kalijaga
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah

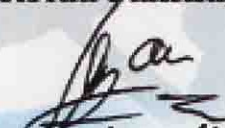
Ketua PPTD,


Drs. Mokhamad Nazili, M.Pd
NIP. 196302102991031002

Ketua SUKA TV,


Vandi Nur Setiawan
NIM. 11210142

Ketua Panitia,


Kenzho Anandia Y
NIM. 12230073



Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)
Divisi Televisi dan Multimedia
Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Piagam Penghargaan

diberikan kepada :

SISI UIN

sebagai

KELOMPOK TERBAIK

Workshop Pengenalan Produksi Siaran Televisi

Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)
yang dilaksanakan 19 Oktober - 11 November 2013

Yogyakarta, 11 November 2013

Ketua PPTD,

Drs. Mokhamad Nazili, M.Pd
NIP. 196302102991031002

Ketua SUKA TV,

Vandi Nur Setiawan
NIM. 11210142

Ketua Panitia,

Kenzho Anandia Y
NIM. 12230073



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

LINDA SARIFATUN

Atas partisipasinya dalam acara

NET. CITIZEN JOURNALIST CAMP 3.0

Bogor, 3-5 Februari 2017

WISHNUTAMA KUSUBANDIO
Direktur Utama
NET. MEDIATAMA TELEVISI

Sertifikat



PERPUSTAKAAN
UIN SUNAN KALIJAGA

Nomor: UIN.2/L.4/PP000.9/212/2013

diberikan kepada:

LINDA SARIFATUN

NIM. 13210026

sebagai

PESERTA AKTIF

dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (*User Education*)
pada Tahun Akademik 2013/2014 yang diselenggarakan
oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Yogyakarta, September 2013
Kepala Perpustakaan,

M. Solihin Arianto, S.Ag., SIP., M.LIS.
NIP. 19700906 199903 1 012



IRANIAN CORNER
LIBRARY OF STATE
ISLAMIC UNIVERSITY
OF SUNAN KALIJAGA
www.lib.uin-suka.ac.id

Certificate of Appreciation

No. UIN.02/L.4/KS/191/2014

Awarded to:

Linda Sarifstun

as
PARTICIPANT

In the event of:

Iranian Film Screening and Discussion by Theme 'Iran-Untold Stories' cooperation with Iranian Corner of
Library of Sunan Kalijaga State Islamic University
Held on Tuesday, June 24th, 2014

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Director of Iranian Corner
of Islamic State University of
Sunan Kalijaga Yogyakarta-Indonesia



M. Solihin Arianto, S. Ag., SIP., M.LIS.
NIP. 197009061999031012

481/Eks-LO DIY/VIII/2016

SERTIFIKAT

Certificate

diberikan kepada:

Awarded to

Linda Sarifatur

Atas partisipasinya sebagai peserta dalam acara Audit Sosial Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)

For participating in Audit Sosial held by Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta

"Mewujudkan Pelayanan Publik Berkualitas Sektor Pemerintah dan Swasta",

"Creating Excellent Public Service by Government and Corporation"

pada hari Senin, 11 Agustus 2016

on Thursday, August 11, 2016



LO DIY

Yogyakarta, 11 Agustus 2016

Ketua LO DIY

Chairwoman of LO DIY

Sutrisnowati, S.H



FESTIVAL
FILM
PUSKAT (FFP)
2016

JUARA HARAPAN II

KATEGORI FILM DOKUMENTER

FESTIVAL FILM PUSKAT (FFP) 2016

"Ruedi Hofmann Media Awards"

LUPA

PRODUKSI : ORION UIN

Rp.2.500.000,-

(DUA JUTA LIMA RATUS RIBU RUPIAH)

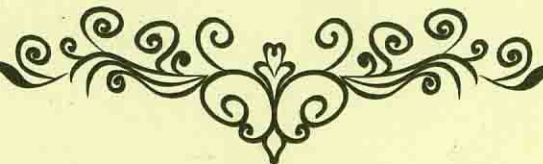


**PIAGAM PENGHARGAAN
FESTIVAL FILM PUSKAT (FFP) 2016
"Ruedi Hofmann Media Awards"**

Diberikan Kepada Film

LUPA

SEBAGAI JUARA HARAPAN II KATEGORI DOKUMENTER





SERTIFIKAT

Diberikan Kepada :

Linda Sarifatun

Sebagai
Peserta

WORKSHOP RADIO

BROADCAST PARTY

Teatrikal Perpustakaan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sabtu, 15 Maret 2014

Diselenggarakan oleh
107,7 Rasida FM
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

General Manager

Hamidah Thiffal El Yazenda

Ketua Panitia

Dupi Titi Onggi

Presented By:



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id

Hasil Studi Kumulatif Mahasiswa

NIM : 13210026
Nama Mahasiswa : LINDA SARIFATUN
Nama DPA : RISTIANA KADARSIH

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tahun Akademik : 2016/2017
Semester : SEMESTER GENAP

No.	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	SMT	SKS	Nilai	Bobot	Harkat
1.	UIN-101-1-2	Akhlaq/Tasawuf	1	2	A/B	3,50	7,00
2.	UIN-201-1-2	Al-Hadis	1	2	B	3,00	6,00
3.	UIN-202-1-2	Al-Qur'an	1	2	C	2,00	4,00
4.	UIN-204-1-2	Bahasa Inggris	1	2	B	3,00	6,00
5.	USK-214-1-2	Filsafat Ilmu	1	2	A	4,00	8,00
6.	KPI-104-1-2	Ilmu Dakwah	1	2	B+	3,25	6,50
7.	UIN-103-1-2	Pancasila dan Kewarganegaraan	1	2	C+	2,25	4,50
8.	KPI-208-1-3	Pengantar Ilmu Komunikasi	1	3	A-	3,75	11,25
9.	USK-215-1-2	Pengantar Studi Islam	1	2	B+	3,25	6,50
10.	UIN-102-1-2	Tauhid	1	2	B-	2,75	5,50
11.	PTI00001	Bahasa Arab	2	2	C+	2,25	4,50
12.	PTI00003	Fikih/Usul Fikih	2	2	A/B	3,50	7,00
13.	FDY03006	Hadis Dakwah	2	2	B	3,00	6,00
14.	NAS00002	Kewarganegaraan	2	2	A/B	3,50	7,00
15.	KPI02005	Komunikasi Massa	2	2	A/B	3,50	7,00
16.	KPI02007	Komunikasi Politik	2	2	A-	3,75	7,50
17.	PTI00006	Sejarah Kebudayaan Islam dan Budaya Lokal	2	3	B+	3,25	9,75
18.	KPI05059	Studi Agama Kontemporer	2	2	A/B	3,50	7,00
19.	FDY03005	Tafsir Ayat Dakwah	2	2	B+	3,25	6,50
20.	KPI02019	Teori Komunikasi	2	3	A	4,00	12,00
21.	KPI02001	Desain Komunikasi Visual	3	3	B-	2,75	8,25
22.	KPI05056	Fikih Kontemporer	3	2	A-	3,75	7,50
23.	KPI02002	Filsafat-Etika Komunikasi	3	3	B+	3,25	9,75
24.	FDY03007	Fiqh Al-Dakwah	3	3	A/B	3,50	10,50
25.	KPI02004	Komunikasi Kelompok	3	2	A/B	3,50	7,00
26.	KPI02006	Komunikasi Organisasi	3	2	A/B	3,50	7,00
27.	KPI02015	Pengantar Jurnalistik	3	2	A-	3,75	7,50
28.	KPI02016	Psikologi Komunikasi	3	3	A/B	3,50	10,50
29.	FDY03003	Sejarah Dakwah	3	2	B+	3,25	6,50
30.	NAS00003	Bahasa Indonesia	4	2	A-	3,75	7,50
31.	KPI02029	Hukum dan Etika Penyiaran	4	2	B+	3,25	6,50
32.	KPI02030	Jurnalistik Penyiaran	4	3	A-	3,75	11,25
33.	KPI04052	Kewirausahaan	4	3	A	4,00	12,00
34.	KPI02003	Komunikasi Antar Budaya	4	2	B+	3,25	6,50
35.	KPI02010	Metodologi Penelitian Sosial	4	3	B+	3,25	9,75
36.	FDY03004	Psikologi Dakwah	4	2	A	4,00	8,00
37.	FDY03002	Retorika Dakwah	4	2	A-	3,75	7,50
38.	KPI12042	Teknik Reportase TV	4	3	A	4,00	12,00
39.	KPI03043	Manajemen Siaran	5	3	A	4,00	12,00
40.	KPI02012	Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif	5	3	A-	3,75	11,25

No.	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	SMT	SKS	Nilai	Bobot	Harkat
41.	KPI02013	Newscasting/Announcing	5	3	A-	3,75	11,25
42.	KPI14054	Public Relation	5	2	A/B	3,50	7,00
43.	KPI03044	Sinematografi	5	3	A/B	3,50	10,50
44.	KPI02018	Sosiologi Komunikasi	5	2	A/B	3,50	7,00
45.	KPI12038	Teknik Editing (TV)	5	3	A/B	3,50	10,50
46.	KPI12040	Teknik Produksi Berita TV	5	3	A-	3,75	11,25
47.	KPI13047	Analisis Siaran TV	6	3	B+	3,25	9,75
48.	KPI02009	Manajemen Media Massa	6	3	A	4,00	12,00
49.	KPI02011	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif	6	3	A-	3,75	11,25
50.	KPI12032	Penulisan Naskah Siaran TV	6	3	A-	3,75	11,25
51.	KPI12035	Produksi Acara TV I	6	3	A	4,00	12,00
52.	KPI02017	Seminar Komunikasi	6	3	A	4,00	12,00
53.	KPI05058	Statistik Sosial	6	3	A-	3,75	11,25
54.	KPI02008	Magang Profesi	7	4	A	4,00	16,00
55.	KPI12036	Produksi Acara TV II	7	3	A-	3,75	11,25
56.	USK01003	Kuliah Kerja Nyata	8	4	A	4,00	16,00
			141		498,50		

Hasil Studi Sampai Semester Ini :

Jumlah SKS Kumulatif : 141
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,54

Yogyakarta, 2 Mei 2017

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. H.M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1005



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id



NIM : 13210026 TA : 2016/2017 PRODI : Komunikasi dan Penyiaran Islam
NAMA : LINDA SARIFATUN SMT : SEMESTER GENAP NAMA DPA : RISTIANA KADARSIH

No.	Nama Mata Kuliah	SKS	Kls	Jadwal Kuliah	No. Ujian	Pengampu	Paraf UTS	Paraf UAS
1	Skripsi/Tugas Akhir	6	B	MIN 07:00-08:00 R: FD-301	0	Dr. H M. Kholili, M.Si	...	...

Catatan Dosen Penasihat Akademik:

Mahasiswa



LINDA SARIFATUN
NIM: 13210026

Sks Ambil : 6/24

Yogyakarta, 31/01/2017

Dosen Penasihat Akademik



RISTIANA KADARSIH
NIP: 19770528 200312 2 002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

Nomor : B-1118/UN.02/PP.1/TA.00/05/2017

Yogyakarta, 30 Mei 2017

Sifat : Segera

Lamp. : 1 lembar

Hal. : Permohonan Wawancara

Kepada Yth.

Produser

Jl.Damai No.11 Daan Mogot, Jakarta Barat 11510

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan peulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini :

Nama : Linda Sarifatun

NIM : 13210026

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : STRATEGI PRODUSER DALAM MENINGKATKAN RATING SHARE
PROGRAM ACARA INBOX DI SCTV

Maka kami mohon dengan hormat agar mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan riset dan pengumpulan data guna untuk menyusun skripsi.

Demikian surat keterangan kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan pengembangan Lembaga



Dr.H.M.Kholili, M.Si

NIP. 19840307 201101 1 013