

**STRATEGI PRODUKSI PROGRAM ACARA “INDONESIA SEHAT HALO DOKTER” TVRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Strata 1**

**Oleh:**

**ISNAN SOFI ABDULLAH**

**NIM 17102010027**

**Pembimbing:**

**Khoiro Ummatin, S. Ag., M.Si.**

**NIP. 197103281997032001**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UIN SUNAN KALIJAGA**

**2023**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-477/Un.02/DD/PP.00.9/03/2023

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PRODUKSI PROGRAM ACARA "INDONESIA SEHAT HALO DOKTER" TVRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ISNAN SOFI ABDULLAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010027  
Telah diujikan pada : Jumat, 10 Maret 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



**Ketua Sidang**  
**Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.**  
**SIGNED**

Valid ID: 6417eb5aaa157



**Penguji I**  
**Muhamad Lutfi Habibi, M.A.**  
**SIGNED**

Valid ID: 6417bb4650663



**Penguji II**  
**Nitra Galih Imansari, M.Sos.**  
**SIGNED**

Valid ID: 6417e20160793



**Yogyakarta, 10 Maret 2023**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.**  
**SIGNED**

Valid ID: 6417ee4b4e4d5



**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 seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Isnan Sofi Abdullah  
NIM : 17102010027  
Judul Skripsi : Strategi Produksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program

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

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 2 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi

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

**Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.**  
NIP 19710328 199703 2 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Isnan Sofi Abdullah  
NIM : 17102010027  
Progra Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang berjudul “Strategi Poduksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program” adalah skripsi saya yang dibuat oleh saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi serta skripsi ini merupakan hasil dari karya penelitian sendiri dan tidak plagiasi dari karya penelitian orang lain, demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 2 Maret 2023

Yang Menyatakan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Isnan Sofi Abdullah  
NIM. 17102010027

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

- Kedua orang tuaku, bapak Faizin dan ibu Sofiyah
- Kakaku Mar'atun Sholihah dan adiku Kafina Zalfa Salsabila



## HALAMAN MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa do’a”

(Ridwan Kamil)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan nikmatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini yang berjudul “Strategi Poduksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program”. Tanpa seizin Allah SWT penulis tidak dapat melewati rintangan dan perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu penulis curahkan kepada Nabi Agung Rasulullah Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi manusia dan selalu diharapkan pertolongannya di akhirat nanti.

Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islan Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Ema Marhumah, M.Pd.

3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Pembimbing Akademik selama kuliah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Muhamad Lutfi Habbi, M.A.
5. Dosen Pembimbing Skripsi yang membimbing dalam penulisan skripsi ini, ibu Khoiro Ummatin, S. Ag., M.Si.
6. Ibu Sofiyah, yang selalu hadir menyemangati dikala putranya sedang mengalami kesulitan dalam penulisan skripsi.
7. Bapak Faizin, orang tua paling sabar dan kuat yang selalu membimbing putra-putrinya untuk bisa menjadi manusia yang lebih baik. Serta tidak lupa adik dan kakaku yang selalu memberikan semangat dalam perjalanan penulisan skripsi.
8. Bang Ican selaku produser program acara Indonesia Sehat yang telah membantu dalam proses kelancaran penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan KPI 2017 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Semua pihak yang terlibat dalam membantu proses kelancaran menulis skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, meskipun demikian dengan adanya skripsi ini penulis berharap dapat bermanfaat bagi penulis

khususnya dan pembaca pada umumnya. Kritik dan saran atas skripsi yang penulis susun ini akan penulis terima dengan kerendahan hati.

Yogyakarta, 2 Maret 2023

Penulis



ISNAN SOFI ABDULLAH  
NIM. 17102010027



## ABSTRAK

Isnan Sofi Abdullah (17102010027) “Strategi Produksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program”. Latar belakang masalah muncul melihat eksistensi program Indonesia Sehat Halo Dokter yang telah lama tayang, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti upaya atau strategi produksi apa saja yang diterapkan oleh produser dalam menjaga eksistensi program Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data dan informasi penelitian yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan objek penelitian, dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman. Adapun sumber data dibagi menjadi dua. Pertama sumber data primer, dalam hal ini sumber data primer didapat dari produser program Indonesia Sehat. Kedua sumber data sekunder, yaitu data yang berasal dari beberapa pustaka termasuk, buku, artikel, *website*, naskah, dan juga video program Indonesia Sehat. Penelitian ini juga menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data yang diperoleh.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produser telah menerapkan empat strategi program milik Peter Pringle, yakni strategi perencanaan program, strategi produksi program, dan strategi eksekusi program, serta strategi pengawasan dan evaluasi program. Selain itu didalam strategi yang telah diterapkan, terdapat sifat kreatif produser dalam pemilihan narasumber pendukung, kreatif dalam menata studio, dan kreatif dalam mengembangkan program.

**Kata Kunci** : Strategi Produksi, Produser, Indonesia Sehat, TVRI.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	14
PENDAHULUAN.....	14
A. Latar Belakang.....	14
B. Rumusan Masalah.....	20
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian.....	20
1. Manfaat teoritis.....	20
2. Manfaat praktis.....	21
E. Kajian Pustaka.....	21
F. Kerangka Teori.....	24
1. Komunikasi Massa.....	24
2. Strategi Produksi Siaran Televisi.....	26

3. Sifat Kreatif Produser .....	33
G. Metode Penelitian .....	36
H. Sistematika Penulisan .....	43
BAB IV .....	43
PENUTUP.....	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran .....	45
C. Kata Penutup.....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	47



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Konsep Program Indonesia Sehat Halo Dokter.....	53
Tabel 3.2	Tema-tema yang pernah disajikan program Indonesia Sehat.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0	Indeks kualitas program siaran TVRI.....	3
Gambar 1.1	Index Ketahanan Kesehatan Global Asia Tenggara.....	4
Gambar 1.2	Nominasi Kategori Program Talkshow Non Berita Anugrah KPI 2022.....	6
Gambar 2.1	Gedung TVRI.....	35
Gambar 2.2	Logo pertama TVRI (24 Agustus 1962-24 Agustus 1974).....	37
Gambar 2.3	Logo kedua TVRI (24 Agustus 1974-24 Agustus 1982).....	37
Gambar 2.4	Logo ketiga TVRI (24 Agustus 1982-24 Agustus 1990).....	38
Gambar 2.5	Logo keempat TVRI (24 Agustus 1999-12 Juli 2001).....	38
Gambar 2.6	Logo kelima TVRI (13 Juli 2001-1 Agustus 2003).....	38
Gambar 2.7	Logo keenam TVRI (1 Agustus 2003-16 April 2007).....	38
Gambar 2.8	Logo ketujuh TVRI (16 April 2007-29 Maret 2019).....	39
Gambar 2.9	Logo kedelapan TVRI (29 Maret 2019-sekarang).....	39
Gambar 2.10	Struktur Organisasi LPP TVRI.....	39
Gambar 2.11	Logo Program Indonesia Sehat Halo Dokter .....	43
Gambar 2.12	Logo Program Indonesia Sehat Rubrik Psikologi.....	44
Gambar 2.13	Produser Program Indonesia Sehat.....	47
Gambar 3.1	poster program Indonesia Sehat Halo Dokter .....	59
Gambar 3.2	poster episode special Indonesia Sehat Halo Dokter bersama MentriKesehatan.....	60
Gambar 3.3	D.r Lula Kamal Host Indonesia Sehat.....	63
Gambar 3.4	Suasana Studio Saat Siaran Live Program Indonesia Sehat.....	67

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan media komunikasi telah memungkinkan orang dari berbagai penjuru dunia dapat saling berbagi informasi. Hal ini disebabkan karena pada masa sekarang, banyak media moderen yang dapat memberikan kemudahan dan kecepatan dalam hal transfer informasi. Salah satu media yang populer adalah media penyiaran yang mana media penyiaran ini merupakan sebuah organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang dapat memengaruhi masyarakat dan mencerminkan budaya dalam masyarakat.<sup>1</sup>

Televisi yang memiliki fungsi menyebarkan pesan atau informasi kepada khalayak dengan menggunakan suara, gambar dan tulisan. Hal ini sesuai dengan undang-undang penyiaran nomor 32 tahun 2002, BAB II Pasal 4 yang berbunyi “(1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. (2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Morrisan M.A., *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), hlm. 13.

<sup>2</sup> KPI, *Undang-Undang Penyiaran*, <https://kpi.go.id/id/regulasi/undang-undang> diakses pada 3 juli 2022 pukul 14.02.

Televisi pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 17 Agustus 1962 sebagai cikal bakal dari TVRI. Pada saat itu, program yang disiarkan masih sangat terbatas hanya menayangkan liputan peringatan hari proklamasi di Istana Negara. Kemudian barulah secara resmi Televisi Republik Indonesia (TVRI) diperkenalkan pada 24 Agustus 1962 sebagai stasiun televisi pertama di Indonesia (berdasarkan SK Menpen RI No.20/SK/VII/61)<sup>3</sup>. Dengan demikian, TVRI dapat dikatakan sebagai tonggak awal dari pada perkembangan dunia *broadcasting* di Indonesia.

Tugas dari TVRI tertuang dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2005, yang mengatakan bahwa tugas TVRI adalah memberikan pelayanan informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dari Peraturan Pemerintah tersebut, yang sedikit membedakan TVRI dengan televisi lainnya adalah dengan hilangnya tugas atau fungsi ekonomi karena TVRI merupakan televisi publik.

Sebagai televisi nonkomersil, TVRI tentu tidak mengedepankan rating<sup>4</sup>, namun lebih kepada menyajikan program-program yang bermanfaat sesuai

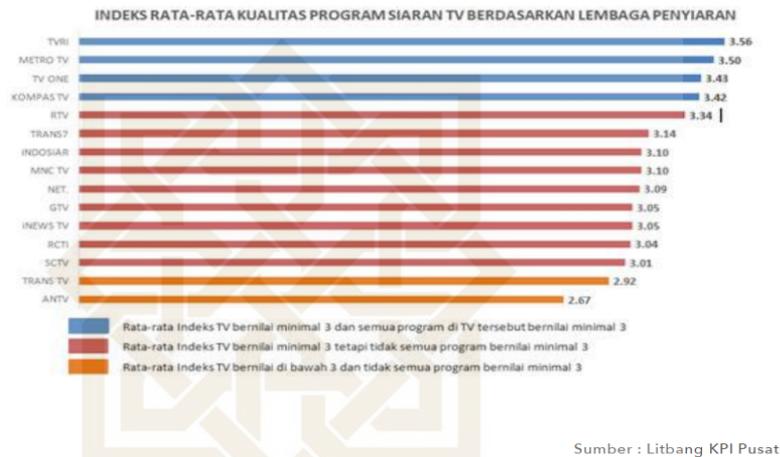
---

<sup>3</sup> TVRI, *TVRI dari Masa ke Masa*, <https://tvri.go.id/about> diakses pada 3 juli 2022 pukul 14.38.

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ihsan Muharram, Produser Program Indoesia Sehat, Jakarta, 2 Agustus 2022.

dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil riset Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tentang kualitas program siaran televisi Indonesia pada gambar berikut.

#### Riset Indeks Kualitas Program Siaran TVRI



Sumber : Litbang KPI Pusat

**Gambar 1.0** Indeks kualitas program siaran TVRI

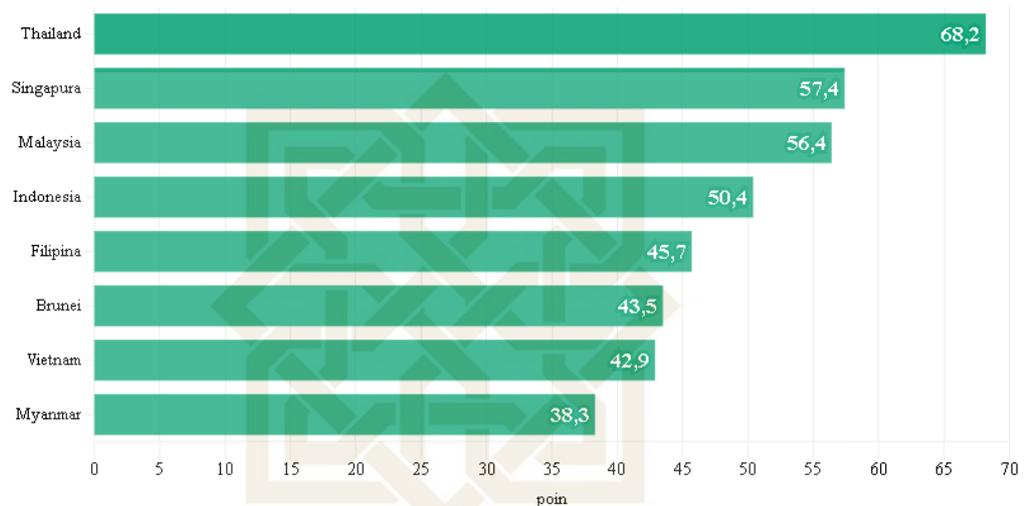
Sumber: ([https://tvri.go.id/about#media\\_profile](https://tvri.go.id/about#media_profile))

Berdasarkan gambar di atas TVRI berada di posisi pertama dengan nilai kualitas siaran program secara keseluruhan sebesar 3,56, serta memiliki nilai minimal 3,00 pada setiap program. Apabila kita mengacu pada standar kualitas yang ditetapkan KPI yakni 3.00 maka dapat disimpulkan bahwa TVRI telah menyajikan program yang memenuhi standar siaran sesuai dengan ketentuan Komisi Penyiaran Indonesia.

Salah satu tayangan yang bermanfaat bagi masyarakat adalah tayangan tentang kesehatan, dimana kesehatan merupakan unsur penting sekaligus menjadi salah satu pilar utama dalam membangun sebuah bangsa. Terlebih

banyak masyarakat kita yang masih kurang memperhatikan masalah kesehatan entah karena terbentur oleh masalah ekonomi, kebiasaan hidup tidak sehat,

#### 8 Negara dengan Indeks Ketahanan Kesehatan Global Tertinggi Asia Tenggara (2021)



Source: Nuclear Treat Initiative (NTI), Johns Hopkins Center for Health Security

maupun karena akses terhadap fasilitas kesehatan yang terbatas.

**Gambar 1.1** Index Ketahanan Kesehatan Global Asia Tenggara  
Sumber: (<https://dataindonesia.id/ragam/detail/ketahanan-kesehatan-indonesia-peringkat-4-di-asean-pada-2021>)

Berdasarkan data dari Nuclear Treat Initiative (NTI) tentang index kesehatan global 2021, Indonesia hanya menduduki peringkat empat di ASEAN dengan poin 50,4 dari skala 0-100. Dari data tersebut, dapat kita simpulkan bahwa kualitas kesehatan di Indonesia perlu ditingkatkan kembali agar ketahanan kesehatan masyarakat dapat meningkat. Oleh sebab itu sudah selayaknya kesehatan, khususnya kesehatan masyarakat mendapat prioritas utama dalam kehidupan berbangsa di Indonesia. Sehingga, sangat diperlukan

informasi yang benar dan tepat dalam mengatasi setiap permasalahan seputar kesehatan masyarakat.

TVRI sebagai media pelayanan publik memiliki tanggung jawab dalam memberikan informasi kesehatan dalam bentuk program acara “Indonesia Sehat Halo Dokter” yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Indonesia. Program Indonesia Sehat pertama kali disiarkan pada tahun 2017 dengan konsep talkshow. Program ini merupakan lanjutan dari program sebelumnya yang bernama Halo Dokter, yang kemudian mendapat sedikit perubahan dengan merubahnya menjadi Indonesia sehat dan terbagi menjadi dua segman yakni halo dokter dan rubrik psikolgi.

Program Indonesia Sehat termasuk dalam salah satu program unggulan TVRI megacu pada halaman web resmi TVRI.<sup>5</sup> Indonsia Sehat Halo dokter menyajikan perbincangan dan tips seputar masalah Kesehatan. Membahas mengenai pola hidup sehat, info Kesehatan, penanganan kondisi darurat suatu penyakit, mengenali gejala-gejala penyakit dan cara penanggulanganya. Sementara Idonesia Sehat Rubrik Psikologi membahas tentang pengembangan Psikologi dalam berbagai masalah social yang ada bersama pakar dan bintang tamu berkualitas. Disertai interaktif untuk *sharing* sesuai tema bahasan. Mencari solusi mengenai masalah yang terjadi.

---

<sup>5</sup> TVRI, *Program Unggulan*, <https://tvri.go.id/tvprogram> diakses pada 5 Juli 2022 pukul 20.00.

Eksistensi dari program Indonesia Sehat yang telah lama tayang di TVRI tentu tidak lepas dari strategi produksi yang telah diterapkan pada program tersebut. Sebagaimana pada umumnya strategi dibutuhkan agar tujuan dapat tercapai dengan baik dan efisien. Penerapan strategi produksi yang tepat, membuat program Indonesia Sehat Halo Dokter mampu menjadi salah satu nominasi terbaik program acara talkshow non-berita pada anugerah KPI 2022.



**Gambar1.2** Nominasi Kategori Program Talkshow Non Berita Anugerah KPI 2022

SUNAN KAJA  
YOGYAKARTA

Sumber:

([https://www.youtube.com/watch?v=izhXVXBHDTY&ab\\_channel=MediaCenterKPIpusat](https://www.youtube.com/watch?v=izhXVXBHDTY&ab_channel=MediaCenterKPIpusat))

Meskipun hanya mampu menjadi nominasi pada acara Anugerah KPI 2022, namun dapat dikatakan program acara Indonesia Sehat Halo Dokter telah berhasil menjaga eksistensinya dan mampu bersaing dengan program populer dari stasiun televisi lainya seperti For Your Pagi (FYP) dari Trans7, Kick Andy (MetroTV), Perempuan Bicara (TVOne), Tonight Show (NET).

Berdasarkan adanya fakta-fakta tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana Strategi Produksi yang diterapkan dalam Program acara “Indonesia Sehat Halo Dokter” TVRI dalam menjaga eksistensi program.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dikaji yakni “Bagaimana Strategi Produksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan strategi produksi program acara “Indonesia Sehat Halo Dokter” TVRI dalam mempertahankan eksistensi program.

## **D. Manfaat Penelitian**

Seberapa jauh hasil yang didapatkan dari penelitian “Strategi Produksi Program Acara Indonesia Sehat TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program” ini, penulis berharap penelitian ini dapat memberi manfaat, diantaranya:

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait proses produksi program televisi yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini bagi penulis memiliki diharapkan dapat memberikan pengalaman tentang bagaimana mendesain suatu program acara televisi dan bagi stasiun TVRI diharapkan dapat dijadikan sarana evaluasi untuk meningkatkan kualitas program khususnya program “Indonesia Sehat Halo Dokter” sehingga dapat memberikan informasi dan solusi kesehatan yang tepat bagi audiensnya, serta sebagai acuan untuk membuat konsep program yang lebih baik.

## E. Kajian Pustaka

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, peneliti telah melakukan kajian Pustaka terhadap beberapa penelitian yang telah ada guna menghindari kesamaan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi Kreatif Produser Program Acara Damai Indonesiaku di Tvone pada tahun 2014 oleh Syahrudin, mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Yogyakarta.<sup>6</sup> Penelitian tersebut membahas tentang strategi kreatif yang dilakukan produser untuk mempertahankan eksistensi program Damai Indonesiaku agar dapat bersaing dengan program lainnya. Langgengnya program ini serta rating yang cukup tinggi berdasarkan AGB Nielsen Media Research menjadi latar belakang mengapa program Damai Indonesiaku menarik

---

<sup>6</sup> Syahrudin, *Strategi Kreatif Produser Damai Indonesiaku*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Komubikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014)

penulis untuk menelitinya. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini yakni secara keseluruhan ada 18 strategi kreatif yang digunakan produser terdiri dari 13 strategi kreatif produksi siaran televisi milik Naratama, ditambah 5 strategi kreatif milik produser Damai Indonesiaku berupa pemilihan tema, penggunaan video tape (VT) dan quotes, pemilihan narasumber, lokasi syuting dan off air. Perbedaan penelitian terletak pada program acara yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh syahrudin memilih program dari TVONE sementara program acara yang penulis teliti disiarkan oleh TVRI.

2. Strategi kreatif Produser Dalam mempertahankan Program Religi (Studi terhadap Program Hsfidz Indonesia Di RCTI) pada tahun 2017 oleh Almaratus Sholihah mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Yogyakarta.<sup>7</sup> Program Hafiz Indonesia memiliki rating dan share yang tinggi untuk sebuah program religi. Penelitian tersebut membahas tentang bagaimana strategi kreatif produser dalam mempertahankan eksistensi program Hafidz Indonesia di RCTI. Kesimpulan dari penelitian ini yakni strategi yang dilakukan oleh produser program tersebut adalah dengan menampilkan sesuatu

---

<sup>7</sup> Sholihah, Almaratus, *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Religi (Studi Terhadap Program Acara Hafiz Indonesia di RCTI)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Komubikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)

yang baru setiap tahunnya seperti menambah jumlah hafalan, menambah gimmick, serta menghadirkan inspirator hafidz dengan latar belakan yang menarik. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan metode kualitatif deskriptif serta menggunakan teori dari febe chen yang membahas bagaimana menjadi pribadi kreatif dan orisinil. Penelitian ini sama-sama meneliti strategi kreatif produser namun teori yang digunakan serta tempat penelitian yang berbeda.

3. Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun AdiTV pada tahun 2013 yang dilakukan oleh Canggih Bekti Pertiwi, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>8</sup> Penelitian tersebut membahas tentang strategi kreatif atau inovasi yang dilakukan produser dalam mempertahankan eksistensi program agar tidak kalah saing dengan program lain. Adanya pengiklan di Program Tamu Istimewa pada awal tahun 2013 yang sebelum-sebelumnya tidak ada menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitiannya. Metode yang dipakai adalah deskriptif kualitatif, dimana objek penelitiannya adalah strategi kreatif produser. Subjek penelitiannya adalah produser sebagai key informan dan beberapa crew lainnya. Dari penelitian yang dilakukan disimpulkan adanya

---

<sup>8</sup> Pertiwi, Canggih Bekti, *Strategi Kreatif Produser Dalam Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Di AdiTV*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013)

penerapan tiga belas strategi kreatif milik naratama, serta kreatifitas produser dalam pemilihan host, penempatan/waktu tayang, tema, penataan artistik dan karakteristik siaran. Perbedaan penelitian terletak pada program yang dipilih, program Tamu Istimewa disiarkan oleh stasiun swasta Aditya sementara Indonesia Sehat TVRI Nasional.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Massa**

Komunikasi yang dilakukan melalui media massa baik menggunakan media cetak maupun media elektronik adalah pengertian dasar dari komunikasi massa.<sup>9</sup> Massa dalam konteks ini mengacu kepada penerima pesan yang disampaikan oleh media massa yaitu khalayak umum, pembaca, pemirsa, audien, dan penonton. Komunikasi massa cenderung dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang membuat sebuah lembaga yang dapat

Menyampaikan pesan yang bersifat umum, dapat disampaikan secara cepat, dan diperuntukkan untuk khalayak ramai.<sup>10</sup> Dari dua pengertian tentang komunikasi massa di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah proses penyampaian pesan

---

<sup>9</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 3.

<sup>10</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rodaskarya, 2010), hlm., 83.

menggunakan sarana media massa yang akan disampaikan secara serentak dan menyeluruh kepada masyarakat luas.

Salah satu dari media massa elektronik yaitu media massa televisi. Media massa televisi adalah satu dari beberapa media komunikasi massa yang mampu menjangkau masyarakat secara luas. Komunikasi massa melalui media televisi memiliki beberapa unsur didalamnya, yaitu: komunikator (sumber), media (saluran), komunikan (pemirsa), umpan balik, dan tujuan. Sebagai salah satu media massa elektronik, televisi memiliki kedudukan dan fungsi yang sama seperti jenis media massa yang lainnya. Media massa memiliki tiga fungsi utama bagi masyarakat yaitu:<sup>11</sup>

a) *Transmit social norms and customs*

Media massa berfungsi sebagai penyampai nilai-nilai sosial dan tradisi kepada penonton.

b) *Correlation of environment part*

Media massa memberikan pandangan tentang apa yang sedang terjadi kepada penonton agar mudah dipahami oleh penonton.

c) *Surveying the environment*

Media massa memberikan informasi tentang apa yang sedang terjadi di sekitar penonton.

---

<sup>11</sup> Morrison, Andy Corry Wardhani, dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*, 2010, him, 83.

## 2. Strategi Produksi Siaran Televisi

Melalui program acara yang disiarkan, stasiun televisi memiliki tujuan supaya program acara yang diproduksi berhasil. Bagi televisi swasta, keberhasilan program acara dinilai dari seberapa banyak audien dan pengiklan yang didapatkan. Berbeda dengan televisi publik suatu program acara televisi nasional dinilai berhasil ketika pesan/informasi yang terkandung dapat tersampaikan dengan baik kepada audiennya. Tercapainya tujuan tersebut tidak lepas dari strategi yang diterapkan, meliputi apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya dan bagaimanakah cara melakukannya. Strategi program yang diterapkan ditentukan oleh seorang produser program. Program acara dikatakan berhasil jika produser menerapkan strategi yang tepat.

Menurut Peter Pringle dkk, strategi program yang dilakukan produser agar program acaranya menghasilkan dampak yang optimal, meliputi:<sup>12</sup>

### a. Perencanaan Program

Dalam perencanaan program mencakup beberapa pekerjaan, seperti mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.<sup>13</sup> Audien yang banyak akan didapatkan jika program acara diarahkan kepada segmen

---

<sup>12</sup> Morrisan M.A., *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), hlm. 273.

<sup>13</sup> Ibid., hlm. 274.

audien tertentu yang ada di waktu tertentu. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah analisis pasar agar program acara bertemu dengan audiennya.

Analisis kompetitif perlu dilakukan dalam menarik audien, yakni memperhatikan program acara kompetitor yang disiarkan oleh stasiun televisi lain pada jam yang sama. Menganalisis dan memonitori program kompetitor dilakukan untuk mengetahui reaksi yang diberikan oleh program kompetitor. Sehingga akan berpengaruh terhadap strategi program sendiri dalam mewujudkan tujuan program mendapatkan audien.<sup>14</sup>

Aspek lain yang harus diperhatikan dalam merencanakan strategi program adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran sendiri memiliki beberapa elemen seperti:<sup>15</sup>

- 1) Produk program, program adalah sebuah produk yang ditawarkan kepada audien yang mencakup nama program, kemasan program, dan isi program.
- 2) Harga program, harga program mencakup biaya produksi program dan biaya dikenakan kepada pemasang iklan

---

<sup>14</sup> Ibid., hlm. 279.

<sup>15</sup> Ibid., hlm, 281.

- 3) Distribusi program, proses pengiriman program ke stasiun televisi dan menentukan kapan waktu siaran yang tepat agar program mendapatkan audien yang tepat.
- 4) Promosi program, upaya memperkenalkan dan menjual program kepada pemasang iklan.

Elemen-elemen bauran pemasaran di atas harus selalu dipertimbangkan dan harus memberikan kontribusi terhadap keseluruhan strategi program, hal ini dilakukan untuk mendapatkan strategi program yang efektif.

#### b. Produksi Program

Setelah melakukan perencanaan program, tahap selanjutnya yaitu melaksanakan program yang telah dibuat dengan cara memproduksi program atau mendapatkannya (membeli) dari sumber lain. Ketika dalam perencanaan program diputuskan untuk memproduksi sendiri (*In-House Production*) program yang diinginkan, maka tugas tersebut dilakukan oleh bagian produksi atau departemen produksi. Namun jika dalam perencanaan diputuskan untuk membeli program yang dibuat oleh pihak lain, sebelum melakukan pembelian terlebih dahulu berkomunikasi dengan bagian pemasaran.

Memproduksi atau membuat program sendiri berawal dari sebuah ide atau gagasan. Ide atau gagasan dapat berasal dari siapa saja

dan dari mana saja.<sup>16</sup> Ide atau gagasan bisa muncul dari siapa saja dan dari mana saja. Ide dapat diperoleh dari individu maupun kelompok. Ide atau gagasan dapat muncul ketika sedang membaca suatu berita dari media massa atau ketika sedang mendengarkan curhatan orang lain, pengalaman pribadi, dan lain sebagainya. Ide atau gagasan tersebut ditulis di atas kertas yang memuat seperti konsep yang ingin dikembangkan, karakter tokoh, jumlah crew, serta hal-hal lain yang diperlukan. Dari ide atau gagasan inilah yang akan diterapkan dalam produksi ketika mewujudkan program tersebut.

c. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang dibuat. Setiap program acara pasti mempunyai target audiennya masing-masing. Jika program acara ditayangkan pada jam yang tepat, akan berdampak dengan seberapa banyak audien yang didapatkan. Hal ini perlu direncanakan karena jam tayang siaran memiliki audien yang berbeda.

*Prime time* merupakan waktu siaran televisi yang paling banyak menarik audien, jam *prime time* dimulai pada pukul 19.30 - 23.00.<sup>17</sup> Pada jam tersebut audiennya sangat beragam mulai dari anak-anak hingga dewasa. Dengan jumlah audien yang banyak, semua stasiun

---

<sup>16</sup> Ibid, hlm. 306.

<sup>17</sup> Ibid., hlm. 344.

televisi akan menayangkan program unggulannya pada jam tersebut. Program acara yang disiarkan juga harus bisa dinikmati oleh semua kalangan karena pada jam *prime time* audiennya sangat banyak dan beragam.

Situasi akan berbeda jika Bulan Ramadhan datang. Stasiun televisi akan menikmati *prime-time* yang kedua yaitu pada waktu dini hari saat umat islam bangun untuk melakukan makan sahur.<sup>18</sup> Pada jam *prime time* kedua ini stasiun televisi mempersiapkan program khusus untuk disiarkan pada jam tersebut selama Bulan Ramadhan. Ketatnya persaingan dalam memperebutkan perhatian audien dari stasiun televisi lain yang menyiarkan program unggulannya di jam *prime time*. Maka strategi penayangan sangat diperlukan agar program tersebut mendapatkan audiennya.

Menurut head-Sterling, ada beberapa strategi yang bisa dilakukan oleh stasiun televisi dalam upaya menarik audien dan menahan audien agar tidak pindah ke stasiun lainnya, yaitu:<sup>19</sup>

- 1) *Head to Head*, menayangkan program acara yang sejenis pada jam yang sama dengan harapan dapat mengambil audien yang sedang menonton program acara saingan untuk pindah ke program acara sendiri. Melakukan strategi juga harus

---

<sup>18</sup> Ibid., hlm. 352.

<sup>19</sup> Ibid., hlm. 346.

dipertimbangkan terlebih dahulu, mengenai apakah program sendiri cukup kuat untuk bersaing dengan program saingannya.

- 2) Program Tandingan, merebut audien dari stasiun televisi saingan dengan cara menayangkan program tandingan dengan jenis yang berbeda pada jam yang sama. Strategi ini dilakukan untuk menarik audien yang belum terpenuhi kebutuhannya.
- 3) Bloking Program, strategi mempertahankan audien agar tidak pindah di stasiun lain dengan menyajikan program acara yang sejenis dalam waktu siaran tertentu.
- 4) Pendahuluan Kuat, strategi menayangkan program yang kuat atau program unggulannya pada permulaan waktu siaran dengan harapan akan mendapatkan audien sebanyak-banyaknya.
- 5) Strategi Buaian, strategi membangun audien dengan cara menayangkan program acara yang baru ditayangkan di tengah-tengah dua program unggulan dengan harapan audien akan mengikuti program acara baru tersebut ketika audien menonton program unggulan yang pertama dan sedang menunggu program unggulan selanjutnya.
- 6) Penghalangan, strategi merubah jadwal siaran program unggulan secara cepat dengan tujuan untuk merebut perhatian audien.

7) Strategi Lainnya, strategi mempertahankan audien dengan cara tetap menayangkan program tersebut pada jam yang sama dan tidak merubah jam tayang program unggulan agar audien tidak kebingungan dan tidak meninggalkan program tersebut.

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Dalam proses ini menganalisis seberapa jauh tujuan yang telah dicapai apakah sudah sesuai dengan rencana yang dibuat atau sudah dapat diwujudkan oleh departemen dan karyawan yang ada. Melakukan evaluasi terhadap tiap- tiap departemen hingga individu di departemen tersebut untuk melihat apakah kinerja yang diberikan sesuai dengan kinerja yang telah direncanakan. Pemilihan tolak ukur dalam melakukan pengawasan kinerja juga harus ditentukan agar pengawasan dapat berjalan secara efektif. Beberapa contoh tolak ukur yang dapat digunakan yaitu jumlah audien, rating, dan pendapatan yang didapatkan melalui iklan yang didapatkan program.

Apabila dari tolak ukur di atas tidak sesuai dengan target sudah direncanakan. Maka perlu dilakukan pengawasan mencakup kinerja untuk mengenali masalah yang terjadi dan melakukan evaluasi serta memberikan pengarah dan diskusi untuk menemukan solusi atas

masalah yang telah terjadi. Menurut Peter Pringle ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam melakukan pengawasan program, yaitu:<sup>20</sup>

- 1) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran.
- 2) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar dan tidak bertentangan dengan aturan yang ada.
- 3) Menyimpan rekaman program yang disiarkan.
- 4) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf program.
- 5) Memastikan kepatuhan terhadap kontrak yang sudah dibuat.
- 6) Memastikan biaya program tidak melebihi jumlah yang dianggarkan.

Di Indonesia sendiri, dari poin 1 dan 3 di atas telah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). P3SPS disusun oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui keputusan No. 91 Tahun 2004 yang harus dipatuhi oleh setiap stasiun penyiaran dan akan mendapatkan sanksi jika terindikasi melakukan pelanggaran terhadap ketentuan tersebut.

### **3. Sifat Kreatif Produser**

Kreatif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah memiliki daya cipta atau memiliki kemampuan untuk menciptakan.<sup>21</sup> J.

---

<sup>20</sup> Ibid., hlm. 355.

<sup>21</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/kreatif>, diakses pada 12 agustus 2022 pukul 13.20.

Gofrey mendefinisikan berpikir kreatif sebagai upaya untuk menghubungkan benda atau gagasan yang sebelumnya tidak terhubung.(Rawlinson,1989) menurut Munandar kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptaka sesuatu yang baru, kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi mempunyai makna sosial.(Richardo, Mardiyana, & Saputro,2014)<sup>22</sup>

Dalam industri pertelevisian, kreativitas digunakan untuk bersaing dengan kompetitor dalam memperebutkan audiennya. Konsep berpikir kreatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari Rusman Latief, kreatif itu berarti juga harus memiliki hal-hal dibawah ini:

a. Ide

Ide adalah suatu pemikiran yang dirancang yang untuk diungkapkan kepada orang lain. Jika ada pemikiran yang tidak dirancang dalam suatu susunan yang sistematis, tidak disampaikan kepada pihak lain, tidak dapat disebut ide.<sup>23</sup>

b. Berfikir Kreatif

Alex F. Osborn ahli yang banyak mempelajari tentang berfikir kreatif. salah satu teknik berfikir kreatif yang dikembangkan Osborn

---

<sup>22</sup> Shinta Kristanty, Gemilang Awal Ramadhan, *Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program Buah Hatiku Sayang di Televisi Republik Indonesia*, (Jakarta:communication, 2021), vol. 12, no.1, hlm. 21- 33.

<sup>23</sup> Rusman Latief, yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama*, (Jakarta: Kencana,2015), hlm. 73.

dikembangkan kembali oleh Bob Eberle yang disebabkan SKAMPER.

Singkatan dari:

- S untuk Substitusi? Apa yang bisa diganti?
- K untuk Kombinasi? Apa yang bisa digabung?
- A untuk Adaptasi? Ide mana yang bisa di pinjam?
- M untuk Modifikasi? Apa yang bisa diubah sedikit? Atau mungkin diperbesar?
- P untuk Penggunaan lain? Bisa dipakai untuk apa?
- E untuk Eliminasi? Apayang bias dikurangi? Bisa di perkecil?
- R untuk Reverse? Bisakah dibalik? Ditata dengan cara lain? Diatur dengan cara lain?<sup>24</sup>

c. Brainstorming (Sumbang Saran)

*Brainstorming* merupakan Teknik berpikir kreatif atau teknik pemecahan masalah yang dikembangkan oleh Alex F. Osborn pada tahun 1930-an. *Brainstorming* didefinisikan sebagai suatu cara untuk mendapatkan banyak ide dari sekelompok manusia dalam waktu yang singkat. (Rawlinson, 1989) *Brainstorming* umum digunakan dalam proses produksi siaran televisi atau populer disebut sebagai *planning meeting*.<sup>25</sup> biasanya terdiri tidak lebih dari 15 orang dan paling sedikit

---

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 76

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 81.

5-6 orang. Jika banyak orang yang hadir dalam sesi *brainstorming* maka sumber ide semakin banyak.

## **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian memiliki tujuan agar penelitian yang dilakukan berjalan sistematis dan efisien. Metode penelitian dijadikan sebagai tuntunan tentang bagaimana secara berurutan penelitian dilaksanakan, menggunakan alat dan bahan apa, serta prosedurnya bagaimana.<sup>26</sup>

### **1. Jenis Penelitian**

Menurut Bogdan dan Taylor metodologi kualitatif adalah prosedur sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>27</sup>

Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui strategi kreatif produser dalam program Indonesia Sehat dari data primer yang dikumpulkan, yakni wawancara peneliti dengan produser dan beberapa crew lain serta observasi yang dilakukan di lapangan.

Sementara metode penelitian yang digunakan yakni dengan metode deskriptif analisis. Metode ini digunakan untuk menghimpun data

---

<sup>26</sup> Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 68.

<sup>27</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 3.

aktual. Kegiatan pengumpulan data dilakukan sebagaimana adanya, tidak diiringi dengan ulasan, pandangan dan analisis dari peneliti.<sup>28</sup>

## 2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

### a. Data Primer

Data ini berupa teks hasil wawancara dan dapat diperoleh melalui wawancara dengan *key informan* yang sedang dijadikan subjek dalam penelitian. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.<sup>29</sup> Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai produser dan beberapa kru yang terlibat dalam program Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI.

### b. Data sekunder

Data ini berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan.<sup>30</sup> Sumber data kedua dalam penelitian ini berasal dari beberapa pustaka termasuk, buku, artikel, *website*, naskah, dan juga video program Indonesia Sehat.

---

<sup>28</sup> Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), hlm. 60.

<sup>29</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 209.

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 209.

### **3. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun fokus penelitian yang diteliti adalah bagaimana strategi produksi program acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam mempertahankan eksistensi program.

### **4. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu berisi tentang tanggal dilakukannya observasi serta berapa lama durasi waktu ketika observasi berlangsung.<sup>31</sup> Penelitian ini dilaksanakan mulai tanggal 3 November 2022 - 11 November 2022. Lokasi merupakan tempat ketika observasi dilakukan.<sup>32</sup> Adapun lokasi tempat penelitian yaitu di gedung LPP TVRI di Jl. Gerbang Pemuda, Senayan, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta.

### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian.<sup>33</sup> Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif, maka data yang diperoleh haruslah jelas dan spesifik. Pada penelitian ini peneliti menggunakan

---

<sup>31</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 174.

<sup>32</sup> Ibid., hlm. 174.

<sup>33</sup> Ibid., hlm. 153.

teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu.<sup>34</sup> Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian, yaitu dengan mengamati strategi produksi yang digunakan produser dalam program Indonesia Sehat Halo Dokter. Observasi yang peneliti lakukan yaitu dengan Observasi Partisipan, mengambil bagian dan terlibat secara langsung dengan aktivitas yang dilakukan subjek penelitian.

b. Wawancara

Peneliti mewawancarai produser program Indonesia Sehat untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai strategi produksi program acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program. Selain itu, peneliti juga mewawancarai beberapa crew lain guna memperoleh informasi tambahan. Teknik yang digunakan adalah teknik wawancara

---

<sup>34</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi dan Focus Groups sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Ed.1-cet.2, hlm. 143.

terstruktur dan tidak terstruktur.<sup>35</sup> Wawancara terstruktur adalah wawancara yang disertai dengan daftar pertanyaan yang sudah disediakan, disusun dengan rapi dan ketat oleh peneliti. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang mengalir begitu saja tanpa ada daftar pertanyaan, disesuaikan dengan keadaan dan ciri yang unik dari responden.<sup>36</sup> Hal ini bertujuan untuk memberikan kebebasan kepada peneliti untuk bertanya, namun tetap dalam konteks masalah penelitian yang diangkat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pertanyaan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya.<sup>37</sup> Metode pencarian data ini sangat bermanfaat karena dapat dilakukan tanpa mengganggu objek atau suasana peneliti. Dengan mempelajari dokumen-dokumen tersebut peneliti dapat mengenal budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh objek yang diteliti. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa teks materi, naskah, video program Indonesia Sehat, serta data-data

---

<sup>35</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 190.

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 191.

<sup>37</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006) hlm. 225.

mengenai strategi produksi program acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pertengahan dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi sangat penting. Hasil penelitian yang dihasilkan harus melalui proses analisis data terlebih dahulu agar dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya. Agar mendapatkan hasil penelitian yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan, seorang peneliti harus mampu melakukan analisis data secara tepat sesuai prosedur yang ditentukan.<sup>38</sup> Teknik analisis data yang akan dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model interaktif milik Miles dan Huberman. Teknik analisis data model interaktif menurut Miles dan Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan, yaitu:<sup>39</sup>

- a. Pengelompokan data, proses ini dilakukan pertama kali saat penelitian. Dimulai dengan menyatukan semua bentuk data mentah ke dalam bentuk transkrip atau bahasa tertulis.
- b. Reduksi data, tahap berikutnya setelah pengelompokan data dilakukan adalah melakukan reduksi data atau pemilahan

---

<sup>38</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Penerbit Salemba Humanika, 2010) hlm. 158.

<sup>39</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi dan Focus Groups sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) Ed.1-cet.2, hlm. 349-350.

pemangkasan dan penyeleksian data terkait dengan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian.

- c. *Display*/penyajian data, yaitu mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan memiliki alur tema yang jelas, untuk selanjutnya diolah dan dianalisis.
- d. Kesimpulan/verifikasi, dengan menarik kesimpulan hasil analisis dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk pemaparan yang dapat diterima dan dipahami.

## 7. Teknik Keabsahan Data

Untuk memperoleh data yang nilai keabsahannya mempunyai validitas maka peneliti melakukan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, di luar itu untuk keperluan pengecekan atau suatu pembandingan terhadap data itu. Dalam teknik triangulasi terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.<sup>40</sup>

Dalam penelitian ini digunakan triangulasi sumber yaitu memanfaatkan sesuatu yang lain dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi dari sumber yang berbeda.

---

<sup>40</sup> Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 2010), hlm. 331.

## **H. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, peneliti membuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Gambaran tentang program Indonesia Sehat LPP TVRI, meliputi profil stasiun televisi, profil program, profil produser, kerabat kerja yang terlibat, dan pengisi acara program Indonesia Sehat.

Bab III : Pembahasan, berisi tentang analisis masalah yang peneliti teliti yaitu Strategi Produksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program.

Bab IV : Bab ini merupakan penutup, yang berisi kesimpulan, saran dan kata penutup.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah penulis laksanakan mengenai “Strategi Produksi Program Acara Indonesia Sehat Halo Dokter TVRI dalam Mempertahankan Eksistensi Program” dapat disimpulkan Ihsan Muharram selaku produser menerapkan empat strategi program menurut Peter Pringle, yakni strategi perencanaan program, strategi produksi program, dan strategi eksekusi program, serta strategi pengawasan dan evaluasi program. Selain itu didalam strategi yang telah diterapkan, terdapat sifat kreatif produser dengan menerapkan teknik SKAMPER didalam programnya.

Dari berbagai pernyataan produser terkait eksistensi program Indonesia Sehat dapat penulis simpulkan bahwa target utama dari program ini adalah dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada masyarakat, hal ini diperkuat dengan pernyataan produser mengenai TVRI sebagai media penyiaran publik mengutamakan produksi program-program yang dibutuhkan masyarakat, bukan program yang diinginkan masyarakat. *Rating* yang biasanya menentukan eksistensi tidak dijadikan tolak ukur kelanggengan program khususnya program Indonesia Sehat.

Meski demikian terdapat sifat-sifat kreatif dari produser dalam mengembangkan program Indonesia Sehat menjadi program yang lebih

menarik. Hal ini dapat teridentifikasi oleh penerapan teknik berpikir kreatif yang dikembangkan oleh Alex F. Osborn yang dikembangkan kembali oleh Bob Eberle yang disebut SKAMPER.

1. Kreatif dalam memilih narasumber pendukung dimana nantinya narasumber kedua ini yang akan memberikan perbedaan di setiap episodenya seperti melakukan demo memasak makanan sehat, demo olahraga yang dapat dilakukan pemirsa dirumah, dan lain-lain.
2. Kreatif dalam mengembangkan program, Indonesia Sehat yang berkonsep talkshow dikembangkan dengan penambahan gimmik komedi ringan sehingga saat ini program Indonesia Sehat menyerupai Program variety show yang saat ini populer dimasyarakat.
3. Kreatif dalam penataan studio, yakni studio ditata dengan konsep yang baru agar pengisi acara lebih nyaman dan penonton di rumah tidak bosan.
4. Memberikan ruang kepada pemirsa dirumah untuk bertanya langsung kepada narasumber sehingga program ini lebih interaktif.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, terdapat beberapa saran yang dapat penulis ajukan. Diantaranya sebagai berikut:

- 1 Bagi pihak program acara
  - a. Meningkatkan promosi program dengan meng-*update* video maupun poster promo setiap episode yang akan ditayangkan
  - b. Meningkatkan komunikasi antara Produser, tim programing, dan tim promosi agar program lebih baik.
  - c. Selalu memberikan terobosan-terobosan baru agar program Indonesia Sehat lebih baik lagi kedepannya.
  - d. Lebih memaksimalkan penerapan strategi produser dan kreativitas yang sudah diterapkann di program acara Indonesia Sehat LPP TVRI.
- 2 Adapun saran untuk pembaca, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi rujukan yang baik bagi penelitian selanjutnya, hususnya terkait dengan strategi produksi program acara televisi.

### **C. Kata Penutup**

Sebagai kata penutup, tidak ada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan kenikmatannya kepada penulis dalam menyusun skripsi tugas akhir ini. Dengan terselesaikannya skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Stasiun Televisi Republik Indonesia, dan kemajuan di bidang broadcasting lainnya. Skripsi ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pembacanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Dakwah*, Jakarta: Logos, 1997.
- Detik.com, <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6417092/hari-televisi-sedunia2022-sejarah-penemuan-dan-perkembangan-di-indonesia>, diakses pada 17 Februari 2023, pukul 13.45.
- Efendi, Onong Uchjana, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: PT. Alumni, 1986.
- Herdiansyah, Haris, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Humanika, 2010.
- Herdiansyah, Haris, *Wawancara, Observasi dan Focus Groups sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/strategi>, diakses pada 12 Agustus 2022 pukul 13.08.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/kreatif>, diakses pada 12 Agustus 2022 pukul 13.20.
- Komisi Penyiaran Indonesia, *Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran*, <https://kpi.go.id/id/regulasi/undang-undang> diakses pada 3 Juli 2022 pukul 14.02
- Kristanty, Shinta, Gemilang Awal Ramadhan, *Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program Buah Hatiku Sayang di Televisi Republik Indonesia* Jakarta: communication, 2021.
- Latief, Rusman, Yusiatie Utud, *Siara Televisi Non-Drama*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Morrisan M.A, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan*

- Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008. Morrison, Andy Corry Wardhani, dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*, 2010, hal. 83.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Oktaviansyah, Andry, Nawiroh Vera, *Peran Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Acara Variety Show The New Eat Bulaga*, Jakarta: PANTAREI, 2017.
- Pertiwi, Canggh Becti, *Strategi Kreatif Produser Dalam Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Di AdiTV*, Skripsi (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013)
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sholihah, Almaratus, *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Religi (Studi Terhadap Program Acara Hafiz Indonesia di RCTI)*, Skripsi (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)
- Sjafirah, dkk, *Penggunaan Media Komunikasi dalam Eksistensi Budaya Lokal bagi Komunitas Tanah Aksara*, Bandung: Universitas Komputer Indonesia, 2016
- Suprpto, Tommy, *Berkarier di Bidang Broadcasting* Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.
- Syahrudin, *Strategi Kreatif Produser Damai Indonesiaku*, Skripsi (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014)
- Televisi Republik Indonesia, *TVRI dari masa ke masa* <https://tvri.go.id/about> diakses pada 3 juli 2022 pukul 14.38
- TVRI, *Media Profile*, [https://tvri.go.id/about#media\\_profile](https://tvri.go.id/about#media_profile) diakses pada 05-07-2022 pada pukul 19.34
- Widi, Restu Kartiko, *Asas Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA