

**STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM ACARA
PENDAPA KANG TEDJO TVRI D.I YOGYAKARTA
DALAM MENARIK MINAT PENONTON**



SKRIPSI

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

Oleh:

Qorry 'Aina

NIM 19102010074

Pembimbing:

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si

NIP 19840307 201101 1 013

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2023



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

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-587/Un.02/DD/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM ACARA PENDAPA KANG TEDJO
TVRI D.I YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENONTON

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : QORRY 'AINA
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010074
Telah diujikan pada : Jumat, 31 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

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 642ba633543ae



Penguji I

Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 642b715670cae



Penguji II

Nitra Galih Imansari, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 642b8256c23da



Yogyakarta, 31 Maret 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 642bc164254ea



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 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 seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

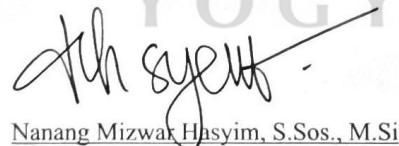
Nama : Qorry 'Aina
NIM : 19102010074
Judul Skripsi : *Strategi Kreatif Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo TVRI D.I. Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton*

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 19 Maret 2023

Pembimbing, Mengetahui:
Ketua Prodi,


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


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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qorry 'Aina
NIM : 19102010074
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: *Strategi Kreatif Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo TVRI D.I. Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 19 Maret 2023

Yang menyatakan,


Qorry 'Aina
NIM: 19102010074

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qorry 'Aina
Tempat dan Tanggal Lahir : Purwakarta, 08 April 2000
NIM : 19102010074
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Ds. Cikaobandung Kec. Jatiluhur Kab.
Purwakarta
No. HP : 081238694899

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 19 Maret 2023



Qorry 'Aina

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Jika suatu amal tidak dilandasi keikhlasan maka tidak akan tambah kecuali kegelapan di dalam hati. Barangsiapa berserah diri pada Allah maka Allah akan berpihak kepadanya

(Hadratussyaikh KH. M. Hasyim Asy'ari)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'aalamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat, rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Kreatif Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo TVRI D.I. Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton”. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda kita *habibanaa wa nabiyyanaa* Muhammad SAW. Semoga kelak penulis dan seluruh umat muslim mendapatkan syafaatnya kelak di *yaumul qiyamah*.

Sejak awal penyusunan skripsi, tentunya tidak terlepas dari rintangan dan juga berbagai hambatan. Dengan selesainya skripsi ini, tentu tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan do'a, bantuan, bimbingan, motivasi, dan dukungan kepada penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Phil Al-Makin, MA.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih tak terhingga karena telah memberikan banyak bimbingan, pembelajaran, arahan, serta *support* kepada penulis.
4. Seluruh dosen dan *staff* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya kepada prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal ilmu hingga penulis dapat menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar sarjana. Terimakasih penulis haturkan karena telah menambah wawasan serta membangun karakter penulis sehingga penulis dapat menjadi lebih baik. Dengan begitu harapan penulis dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
5. Bapak Indra Irawan selaku produser program acara Pendapa Kang Tedjo, seluruh kerabat kerja, dan keluarga kecil penulis di bidang program stasiun

TVRI D.I. Yogyakarta yang banyak memberikan ilmu dunia pekerjaan di dunia nyata sedari penulis kerja praktek hingga membantu penulis dalam proses menyelesaikan tugas akhir.

6. Ibu Hj. Indana Zulfiyah almarhumah, ibu terbaik penulis sepanjang masa. Terimakasih tak terhingga dari anak perempuanmu, berkat do'a dan restu beliau penulis bisa menempuh dan menyelesaikan pendidikan strata satu di UIN Sunan Kalijaga. Tugas akhir skripsi ini penulis persembahkan untuk umi dan abi.
7. Bapak Ihsan Kamil, orang tua dermawan yang sabar dan kuat. Terimakasih sudah membimbing penulis dalam segala aspek kehidupan serta memberikan dukungan moral dan keberlimpahan materiil. Terimakasih juga kepada Ibu Yani Mardiyani, ibu sambung penulis yang sudah mencurahkan kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
8. Kedua adik penulis, Moh Musthofainal Akhyar dan Jannaatin Alfaafaa yang senantiasa menghibur penulis ketika sedih dan krisis motivasi.
9. Seluruh keluarga besar penulis yang banyak memberikan motivasi saat penulis menempuh dan menyelesaikan pendidikan di program studi UIN Sunan Kalijaga.
10. Teman seperjuangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019 yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, terimakasih telah berjuang bersama dan menjadi teman yang baik bagi penulis.
11. Teman terdekat penulis selama menempuh studi perkuliahan yaitu Lela, Himbas, Dayu, Icut, Fitri, Irawati, Dina, Tiara, Nana sepaket dengan anaknya Zeeze, Wildan, Bili, dan Revi. Terimakasih sudah kebersamai proses belajar, tidak bosan memberikan motivasi dan dukungan satu sama lain, memberikan banyak bantuan kepada penulis, memberikan pelajaran, menorehkan banyak warna pada jenjang perkuliahan. Semoga pertemanan ini tetap terjaga sampai ada grup "MAHLING (Mamah Healing)". Kepada seluruh teman-teman, semoga diberikan kelancaran serta keberlimpahan dalam segala hal terutama dalam proses penulisan skripsi.

12. Teman dekat penulis semasa SMA yaitu Dila yang sudah menemani penulis pada proses penelitian, Bilqis, Nazila, dan Nada yang sudah memberikan banyak *support* ketika kebersamai penulis.
13. Ichwanuddin Rosyadi, yang selalu menjadi sosok kakak super dingin juga pengertian bagi penulis dan banyak membantu penulis mengelola emosi dengan lebih baik.
14. Seluruh keluarga penulis dari DIFIKOM sebagai komunitas fotografi tempat penulis menimba banyak ilmu di luar bangku perkuliahan.
15. Seluruh keluarga penulis dari paguyuban Duta Kampus UIN Sunan Kalijaga yang sudah menjadikan penulis lebih tangguh dan memiliki banyak *value* dalam mengharumkan nama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
16. Tim Sekolah Pasar angkatan 2 yang sudah kebersamai penulis kurang lebih satu tahun dalam rangka KKN konversi di Pasar Tirtonirmolo.
17. Seluruh keluarga KOMPOST (Komunikasi *Podcast*) sudah memberikan ruang untuk penulis berproses dan membuat penulis tidak merasa jijik mendengarkan suara sendiri ketika memandu *podcast*.
18. Lagu-lagu one direction, sholawat asyghil, sholawat nariyah, sholawat Habib Syeikh, dan lagu relaksasi sebelum tidur yang sudah membuat mood penulis baik dan bersemangat ketika penulis mengerjakan skripsi.
19. Teman-teman kontrakan penulis khususnya *roomatte* penulis yaitu Ilma, Aris, dan Lulu kucing gemas, juga Ira, Uswa, Agustina, Vara, Giska, dan Fani yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dan memberikan *support* dengan menciptakan tempat tinggal yang beriklim positif.
20. Orang yang sudah membuat penulis patah hati dan kecewa, terimakasih. Berkat pelajaran berharga tersebut penulis dapat menjadi pribadi yang lebih baik dan memulai menulis hingga menyelesaikan skripsi.
21. Terakhir, seluruh manusia baik dan tulus yang telah banyak memberikan warna dalam cerita penulis. Terimakasih banyak sudah hadir dan memberikan banyak semangat dan pelajaran berharga bagi penulis.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, meskipun demikian dengan adanya penelitian pada skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis

khususnya dan pembaca pada umumnya. Penulis juga menerima kritik serta saran dengan kerendahan hati. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan pahala atas apa yang telah diberikan.

Yogyakarta, 10 Maret 2023

Penulis

Qorry 'Aina

19102010074



ABSTRAK

Pendapa Kang Tedjo merupakan program acara dengan format acara *variety show* disertai musik campursari dan *talkshow*. Program acara ini menjadi program acara favorit pemirsa TVRI D.I. Yogyakarta dibuktikan dengan perolehan angka *share* yang tinggi dibandingkan program lainnya. Keberhasilan program dalam menarik minat penonton tentunya tidak terlepas dari peran produser dalam menghadirkan sebuah program acara. Seorang produser harus memiliki ide dan strategi kreatif untuk menghasilkan program acara yang diminati banyak orang, berbeda, dan mempunyai ciri khas dari program lainnya.

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi kreatif produser Pendapa Kang Tedjo dalam menarik minat penonton. Penelitian ini menggunakan teori strategi kreatif milik Naratama. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi lapangan, wawancara mendalam atau *depth interview* dan dokumentasi. Setelah itu data yang telah terkumpul dilakukan analisis melalui proses reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa produser program acara Pendapa Kang Tedjo menerapkan hampir seluruh strategi kreatif yaitu target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick* dan *funfare*, *clip hanger*, *tune* dan *bumper*, penataan artistik, musik dan *fashion*, ritme dan birama, logo dan musik *track* untuk *id tune*, *general rehearsal*, dan *interactive program*. Dari ke tiga belas strategi kreatif milik Naratama, hanya *funfare* yang tidak diterapkan pada tahapan produksi program acara. Produser program acara Pendapa Kang Tedjo lebih menekankan pada aspek penentuan target penonton, penggunaan musik campursari, *fashion*, dan penataan artistik.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo, Menarik Minat Penonton

ABSTRACT

Pendapa Kang Tedjo is a variety show program featuring campursari music and talk shows. Pendapa Kang Tedjo has been the favourable television program by TVRI Yogyakarta's audiences proven by the acquisition of high share figures compared to other programs. The success of a television program in attracting audience interest is remarkably inseparable from the role of the producer in presenting their program. They must be competent enough of having creative ideas and strategy to produce programs that could attract interest of many people, that are different, and have unique characteristics against other programs.

This study choosed to find out how the creative strategy of producer Pendapa Kang Tedjo is in attracting audience interest. By adopting Naratama's creative strategy theory, this study is finding out the creative strategy applied by Indra Irawan as the producer. This study used a qualitative descriptive method. Data collection techniques were carried out by conducting field observations, in-depth interviews and documentation. The collected data is analyzed through the process of reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results show that the producer of Pendapa Kang Tedjo applies almost all creative strategies, namely target audience, script language, event format, punching line, gimmick and funfare, clip hanger, tune and bumper, artistic arrangement, music and fashion, rhythm and bars, logos and music tracks for id tune, general rehearsals, and interactive programs. Of the thirteen creative strategies belonging to Naratama, only funfare was not implemented at the production stage of the program. The producer of Pendapa Kang Tedjo strengthens on determining the target audience, selecting music and fashion, and artistic arrangement.

Keywords : Creative Strategy, Pendapa Kang Tedjo Program Producer, Attracting Audience Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kajian Pustaka	5
F. Kajian Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	21
H. Sistematika Pembahasan.....	27
BAB II PROGRAM ACARA PENDAPA KANG TEDJO	28
A. Profil Program Acara Pendapa Kang Tedjo	28
B. Profil Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo	56
BAB III PEMBAHASAN	57
A. Strategi Kreatif Program Acara Pendapa Kang Tedjo.....	57
B. Penerapan Strategi Kreatif Oleh Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo dalam Tahapan Produksi.....	92
BAB IV PENUTUP	96
A. KESIMPULAN	96
B. SARAN.....	98

DAFTAR PUSTAKA.....	99
DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA	103
LAMPIRAN	106



DAFTAR GAMBAR

2.1 Logo program acara Pendapa Kang Tedjo.....	32
2.2 <i>Live streaming</i> VTR: 12 September 2022 Paket 1 “Nanang Sato”	33
2.3 <i>Live streaming</i> VTR: 12 September 2022 Paket 2 ”Budi Sarjono”	35
2.4 <i>Live streaming</i> VTR 26 September 2022 Paket 1 ”Sri Hartini”	37
2.5 <i>Live streaming</i> VTR 26 September 2022 Paket 2 ”Pujianto”	39
2.6 <i>Live streaming</i> VTR 9 Maret 2019 Paket 1 ”Nadia Diandra”	41
2.7 <i>Live streaming</i> VTR 7 Maret 2019 Paket 2 ”Maria Kadarsih”	42
2.8 <i>Live streaming</i> VTR 11 januari 2019 Paket 1 ”Lik Suyanto	44
2.9 <i>Live streaming</i> VTR 11 Januari 2019 Paket 2 ”Ari Purnomo”	46
2.10 <i>Live streaming</i> VTR 11 januari 2019 paket 3 ”Merit Sastrawan”	48
2.11 <i>Live streaming</i> VTR 1 Januari 2019 “Bambang Rabies”	50
2.12 Foto penonton di studio saat <i>taping</i>	52
2.13 Foto produser program acara Pendapa Kang Tedjo.....	56
3.1 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> baru program acara Pendapa Kang Tedjo	75
3.2 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> baru program acara Pendapa Kang Tedjo	75
3.3 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> baru program acara Pendapa Kang Tedjo	75
3.4 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> baru program acara Pendapa Kang Tedjo	75
3.5 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> lama program acara Pendapa Kang Tedjo.....	75
3.6 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> lama program acara Pendapa Kang Tedjo.....	75
3.7 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> lama program acara Pendapa Kang Tedjo.....	76
3.8 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> lama program acara Pendapa Kang Tedjo.....	76
3.9 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> lama program acara Pendapa Kang Tedjo.....	76
3.10 <i>Tune</i> atau <i>bumper</i> lama program acara Pendapa Kang Tedjo.....	76
3.11 Panggung program acara Pendapa Kang Tedjo	77
3.12 Logo program acara Pendapa Kang Tedjo.....	89
3.13 <i>General rehearsal</i> program acara Pendapa Kang Tedjo	91

DAFTAR TABEL

1.1 <i>Audince share</i> program acara <i>variety show</i> TVRI D.I. Yogyakarta	2
2.1 <i>Audince share</i> program acara Pendapa Kang Tedjo	53



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Penyiaran No 32 tahun 2002 pasal 13 ayat 2 menyebutkan lembaga media atau lembaga penyiaran di Indonesia diklasifikasikan menjadi 4 jenis, yakni lembaga penyiaran publik, komersial/swasta, komunitas, dan berlangganan.¹ Keempat lembaga penyiaran tersebut memiliki perbedaan signifikan baik berdasarkan fungsi dan wewenang dari masing-masing lembaga penyiaran.

Pada tahun 1965 TVRI Stasiun D.I Yogyakarta menjadi LPP Lokal pertama kali yang berdiri di tanah air.² Undang-Undang Penyiaran memberikan tugas kepada TVRI untuk memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Indonesia.³

Program acara televisi merupakan ujung tombak keberhasilan bagi industri pertelevisian. Dengan begitu, suksesnya suatu Lembaga Penyiaran Publik dalam menjalankan tugas dapat dilihat dari kesuksesan program acara dalam menjaga serta terus meningkatkan ketertarikan dan minat penonton. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik daerah, TVRI D.I Yogyakarta memiliki kompetensi lebih tinggi untuk menarik minat penonton dengan berbagai program acara yang mengangkat kebudayaan daerah. Head-Sterling menyatakan bahwa setiap stasiun televisi memiliki sejumlah strategi untuk menarik audien masuk dan menahan audien agar tidak keluar dari stasiun televisinya.⁴

Tolak ukur keberhasilan suatu program acara hingga saat ini berpatok pada penghitungan rating. Selain diukur berdasarkan TVR

¹ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pasal 13 ayat (2).

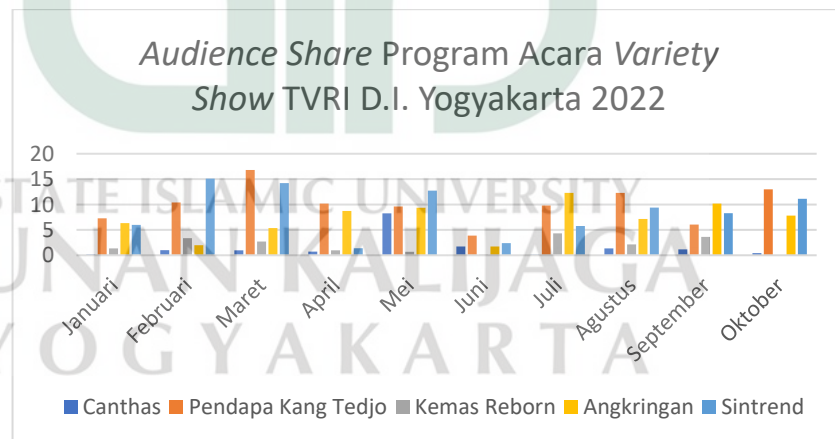
² <https://tvri.go.id/about/yogyakarta>, *Sejarah TVRI Stasiun DI. Yogyakarta*, diakses tanggal 07 Januari 2023 : 21.00 WIB.

³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 107.

⁴ *Ibid.*, hlm. 346.

(*Television Rating*), ada beberapa parameter yang turut serta dipertimbangkan dalam menentukan keberhasilan suatu program acara, salah satunya adalah TVS (*Television Share*). TVS atau biasa disebut *share* lebih disukai oleh stasiun televisi karena angkanya lebih tinggi dibandingkan *rating*. TVRI stasiun Yogyakarta menggunakan *share* untuk tolak ukur keberhasilan programnya.

Salah satu program acara di TVRI D.I Yogyakarta yang mengangkat kebudayaan yaitu Pendapa Kang Tedjo, Sintrend (Sinden Ngetrend), Angkringan, Kunci Bawuk, Warung RT RW, Dilsem (Dialog Sembada), dan Jogja itu Keren. Dari beberapa program acara tersebut, yang banyak menarik perhatian penonton yakni program Pendapa Kang Tedjo. Hal ini diindikasikan oleh penyajian program acara hiburan sekaligus pendidikan kebudayaan dan melibatkan banyak masyarakat lokal dari berbagai kalangan sehingga mendapatkan feedback yang baik dari pemirsa. Selain itu, dapat dilihat pada tabel berikut perolehan angka *share* program acara ini cukup stabil dan lebih tinggi dibandingkan dengan program acara *variety show* lainnya.



Tabel 1.1

(Sumber: Dokumentasi)

Pendapa Kang Tedjo termasuk dalam kategori program acara *variety show*. Program acara ini tayang setiap Kamis pada jam 17.00 WIB dan sudah menghiasi layar kaca pemirsa TVRI D.I Yogyakarta selama 7 tahun sejak 2015. Pendhapa Kang Tedjo memiliki slogan “Tetap cintai dan lestarikan

budaya kita”. Sesuai dengan nama program acara, Pendapa Kang Tedjo dipandu oleh Dimas Tedjo dan Rini Widyastuti. Dimas Tedjo sendiri merupakan penyanyi campursari yang juga seniman, pelawak, dan salah satu pemain terbaik Gunung Kidul. Sedangkan Rini Widyastuti merupakan pelestari budaya atau budayawan asli Bantul.⁵

Program acara Pendapa Kang Tedjo menggunakan musik campursari sebagai hiburan. Sebagaimana karya-karya seni lainnya, lagu campursari merupakan produk budaya yang mengutamakan keindahan kata-kata dan makna.⁶ Kelompok musik campursari yang dipilih untuk menghiasi layar kaca TVRI D.I Yogyakarta adalah CSR GK (Campursari Gunungkidul). Program acara Pendapa Kang Tedjo menghadirkan bintang tamu spesial yaitu seniman dan budayawan lokal D.I Yogyakarta. Sesuai dengan visi dan misi program acara Pendapa Kang Tedjo yakni memperkenalkan kebudayaan dan seni baik itu populer maupun pinggiran. Program ini tidak hanya menayangkan hiburan, akan tetapi memberikan informasi yang sarat dengan nilai pendidikan kebudayaan daerah khususnya di D.I Yogyakarta.⁷

Q.S Al-Hujurat ayat 13 menerangkan:⁸

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا . . .

Artinya: *Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal . . .*⁹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan manusia dari berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya saling mengenal. Indonesia merupakan negara kepulauan dengan berbagai macam suku dari sabang

⁵ Wawancara dengan Indra Suryawan , produser program acara Pendapa Kang Tedjo, pada tanggal 13 Desember 2022 pukul 10.00 WIB di TVRI Yogyakarta.

⁶ Dessy Saputry and Umi Kholidah, “Perspektif Budaya Jawa Dalam syair Lagu Campursari Dan Implementasinya Pada Pembelajaran Sociolinguistik,” *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)* 5, no. 2 (2022), hlm. 153–165.

⁷ Wawancara dengan Indra Suryawan , produser program acara Pendapa Kang Tedjo, 13 Desember 2022 : 10.00 WIB di TVRI D.I Yogyakarta.

⁸ Al-Quran, 49:13. Semua terjemah ayat al-quran di skripsi ini diambil dari *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Bandung: Cordoba, 2018).

⁹ *Ibid.*

sampai merauke. Cara mengimplementasikan perintah Allah SWT melalui QS Al-Hujurat ayat 13 yakni dengan mengenal berbagai keragaman budaya bangsa Indonesia. Tidak cukup hanya memerintahkan hamba-Nya untuk mengenal dan mempelajari kebudayaan, Allah SWT menegaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 32 kepada manusia untuk serta merta melestarikannya.¹⁰

. . . وَ مَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا ۗ . . .

Artinya: . . . *Dan barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, maka seolah-olah dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya* . . .¹¹

Dari ayat di atas kita diperintahkan oleh Allah untuk memelihara kehidupan manusia dan salah satu aspek kehidupan adalah kebudayaan. Maka, memelihara kebudayaan sama dengan memelihara kehidupan. Begitupun pepatah mengatakan bahwa "bangsa yang besar adalah bangsa yang tidak keluar dari akar budayanya".

Dalam mengenalkan ragam budaya, khususnya kebudayaan D.I Yogyakarta, visi misi program Pendapa Kang Tedjo selaras dengan nilai keislaman. Program acara ini mengenalkan sekaligus melestarikan budaya berupa lagu campursari dan kebudayaan lainnya melalui tata artistik, busana, dan pemilihan topik bintang tamu.

Pada kenyataannya banyak program acara di TVRI D.I.Yogyakarta yang mengangkat kebudayaan tetapi tidak mendapatkan *feedback* sebaik program acara Pendapa Kang Tedjo dari penonton. Maka dari itu strategi kreatif diperlukan agar suatu program acara berhasil menarik minat penonton. Hal tersebut tentunya berkaitan dengan peran seorang produser yang memiliki ide kreatif, hingga mampu menjaga kualitas suatu program acara untuk menarik perhatian banyak penonton. Adanya fakta tersebut, penulis ingin meneliti bagaimana strategi kreatif produser program acara

¹⁰ Al-Qur'an, 5:32.

¹¹ Al-Quran, 5:32. Semua terjemah ayat al-quran di skripsi ini diambil dari *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Bandung: Cordoba, 2018).

Pendapa Kang Tedjo dalam menarik minat penonton. Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis mengambil judul "STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM PENDAPA KANG TEDJO TVRI D.I YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENONTON"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dikaji adalah "Bagaimana strategi kreatif produser program acara Pendapa Kang Tedjo TVRI D.I Yogyakarta dalam menarik minat penonton?"

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi yang digunakan produser program acara "Pendapa Kang Tedjo" dalam menarik minat penonton. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah menjadi media pembelajaran bagi mahasiswa dan orang yang berada pada dunia media, tentang bagaimana langkah-langkah menjadi seorang produser kreatif seperti Indra Suryawan.¹²

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa agar mengetahui dan memahami strategi kreatif seorang produser program acara televisi dalam menarik minat penonton.

b. Manfaat secara praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyelenggara siaran televisi terutama bagi produser dalam menarik minat menonton suatu program acara.

E. Kajian Pustaka

Langkah awal yang penulis lakukan sebelum melakukan penelitian dalam proposal skripsi adalah melakukan tinjauan Pustaka. Hal ini

¹² Produser Program Pendapa Kang Tedjo di TVRI D.I Yogyakarta, 2015-sekarang.

dilakukan agar terhindar dari adanya kesamaan penelitian skripsi yang sudah ada sebagai berikut:

1. *Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung di AdiTV Yogyakarta* oleh Ida Faridatul Khusna Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta, tahun 2018.¹³ Penelitian ini mendeskripsikan tentang bagaimana strategi kreatif produser program acara Tembang-Tembung dalam mempertahankan eksistensi program acara. Kesuksesan yang diperoleh program Tembang-Tembung mendapatkan penghargaan sebagai program terfavorit Komisi Penyiaran Daerah (KPID) Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2017 melatarbelakangi penulis dalam melakukan penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Subjek penelitiannya adalah produser dan penata artistik. Produser sebagai subjek pertama dan penata artistik sebagai subjek tambahan. Objek penelitiannya adalah strategi kreatif produser program Tembang-Tembung dalam mempertahankan eksistensi program acara. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi suatu program acara, produser program acara Tembang-Tembung menerapkan 13 elemen strategi program yaitu menargetkan umur 20 tahun ke atas, menggunakan Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia, menggunakan musik campur sari, seluruh pemain di dalam program tersebut mengenakan baju adat Jawa, menempatkan lagu populer di akhir program, melakukan *briefing* dan *check sound* sebelum produksi dimulai, menggunakan logo berwarna emas dengan harapan program Tembang-Tembung selalu berkualitas, dan memanfaatkan telepon *via WhatsApp* agar penonton dapat berinteraksi Ketika produksi sedang

¹³ Ida Anifatul Khusna, *Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung di AdiTV Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2018).

berlangsung. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah samanya jenis atau bentuk suatu program acara yakni *entertainment variety show* dengan menampilkan lagu-lagu campursari dan menggunakan Bahasa Jawa. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, penelitian ini membahas strategi kreatif untuk mempertahankan eksistensi program Kangen Tembang-Tembang di AdiTV Yogyakarta, sedangkan penelitian yang akan dilakukan penelitian yang akan dilakukan peneliti membahas strategi kreatif untuk menarik minat penonton program acara Pendapa Kang Tedjo di TVRI D.I Yogyakarta.

2. *Strategi Kreatif Produser Program Pesona Indonesia LPP TVRI Riau-Kepri dalam Mempromosikan Budaya Melayu* oleh Iqbal Erlis tahun 2019.¹⁴ Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana strategi kreatif produser program Pesona Indonesia dalam mempromosikan budaya melayu. Pesona Indonesia adalah program *feature* dokumenter yang bertujuan untuk menggali potensi daerah yang belum banyak diketahui oleh masyarakat sekitar, nasional, bahkan luar negeri. Hasil penelitian ini dari 13 konsep strategi kreatif yaitu target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick*, dan *funfare*, *clip hanger*, *tune* dan *bumper*, penataan artistik, musik dan *fashion*, ritme dan birama, logo dan musik *track* untuk *id tune*, *general reheasal*, *interactive* program. Produser program Pesona Indonesia pada umumnya menerapkan strategi tersebut. Akan tetapi dalam memperkenalkan budaya Melayu produser menekankan kepada format acara, di mana pada tahap ini produser mencari ide materi yang memang harus diangkat walaupun tidak ada nilai jualnya, musik yang diangkat yaitu musik bertemakan melayu untuk *backsoundnya* dan untuk *fashion* produser menyesuaikan dengan tema yang diangkat. Pada *gimmick* dan

¹⁴ Iqbal Erlis, *Strategi Kreatif Produser Program Pesona Indonesia LPP TVRI Riau-Kepri dalam Mempromosikan Budaya Melayu*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.

punching line produser menggunakannya sesuai di lapangan, tidak terencana dalam *script*. Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Eris dan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti lembaga penyiaran publik lokal dan meneliti strategi kreatif dalam program acara. Perbedaannya adalah penelitian ini menjadikan strategi kreatif produser dalam mempromosikan budaya Melayu sebagai batasan masalah, sedangkan batasan penelitian yang dilakukan peneliti adalah strategi kreatif produser dalam menarik minat penonton.

3. Jurnal *Penerapan Strategi Kreatif dalam Mempertahankan Program "Buah Hatiku Sayang" di Televisi Republik Indonesia* oleh Shinta Kristanty dan Gemilang Awal ramadhan tahun 2021.¹⁵ Penelitian ini berfokus pada penerapan unsur kreatifitas dalam mempertahankan program televisi Buah Hatiku Sayang di Televisi Republik Indonesia. Teori yang digunakan adalah teori konsep strategi kreatif dari Rusman Latief, meliputi penentuan ide, berfikir kreatif mencakup teknik berfikir kreatif yang dikembangkan Osborn dan dikembangkan kembali oleh Bob Eberle yakni penerapan SKAMPER (Substitusi, Kombinasi, Adaptasi, Penggunaan lain, Eliminasi, dan Reverse) pada program Buah Hatiku Sayang. Berdasarkan hasil penelitian, menyebutkan bahwa dalam mempertahankan program acara, tim harus melakukan perencanaan untuk mengevaluasi kelemahan yang ada pada setiap acara beserta ancaman yang ada, kreatif dalam menemukan ide, selalu konsisten dengan tema edukasi pendidikan kepada anak-anak, kreatif dalam penataan studio, dan menghadirkan beragam segmen. Dari jurnal tersebut ditemukan persamaan dengan penelitian penulis yakni mengkaji strategi kreatif pada sebuah program acara. Adapun perbedaan dengan penelitian yang penulis kerjakan yakni fokus dari variabel penelitian. Jurnal tersebut fokus membahas pada variabel

¹⁵Shinta Kristanty dan Gemilang Awal Ramadhan, Penerapan Strategi Kreatif dalam Mempertahankan Program "Buah Hatiku Sayang" di Televisi Republik Indonesia, *Journal of Communication*, vol.12 (April, 2021).

mempertahankan program acara Buah Hatiku Sayang, sedangkan penulis fokus pada variabel strategi kreatif produser dalam menarik minat penonton pada program acara Pendapa Kang Tedjo.

4. *Strategi Kreatif Produser Program Sahur Bareng Gus Miftah di JTV dalam Menarik Minat Penonton* oleh Mochammad Ferdian Abidin Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta, tahun 2022.¹⁶ Penelitian ini mendeskripsikan strategi kreatif produser dalam menarik minat penonton. Berhasilnya produser menggaet Gus Miftah sebagai tokoh utama dalam program Sahur Bareng Gus Miftah menjadi kesimpulan keberhasilan dalam program acara ini. Salah satu bentuk strategi kreatif dari produser adalah memberikan konsep program yang selalu *well prepared* dan *zero mistake*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dilihat dari isi penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Ferdian tidak jauh dengan penelitian yang penulis lakukan. Yakni sama-sama mendeskripsikan strategi produser melalui ide kreatifnya, guna menarik minat penonton. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, waktu, serta tempat penelitian.

F. Kajian Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik).¹⁷ Dalam komunikasi massa, kata massa lebih menunjukkan pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Oleh karena itu, massa di sini mengindikasikan kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca. Salah

¹⁶ Mochammad Ferdian Abidin, *Strategi Kreatif Produser Program Sahur Bareng Gus Miftah di JTV dalam Menarik Minat Penonton*, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.

¹⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali pers, 2013) hlm. 3.

satu karakteristik utama komunikasi massa lainnya adalah jumlah khalayaknya yang sangat besar.

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan media massa, baik cetak (surat kabar dan majalah) atau elektronik (radio dan televisi), memerlukan biaya relatif mahal, dikelola oleh suatu lembaga, dan ditujukan kepada sejumlah orang tersebar di berbagai tempat, *anonim* dan *heterogen*. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak, dan selintas.¹⁸

Berdasarkan definisi di atas, komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi melalui media massa sebagai peranan penting khalayak ramai dan dapat diterima banyak orang secara menyuruh dan dilakukan secara serentak.

2. Pengertian Program Siaran

Secara etimologis kata "program" berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Dikutip oleh Herbert Zettl dan Stephen Acker Wilbur Schramm mengemukakan dalam *Television Production* bahwa program siaran adalah segala sesuatu yang disajikan oleh penyiaran mulai dari berita, hiburan, pendidikan, hingga iklan. Menurut Roger D. Wimmer program siaran adalah segala sesuatu yang disiarkan oleh stasiun radio atau televisi untuk memberikan pesan atau informasi kepada audiens. Sedangkan menurut Joseph R. Dominick program siaran adalah semua jenis program atau acara yang diproduksi oleh stasiun radio atau televisi, mulai dari berita, talkshow, hiburan, dokumenter, drama, dan sebagainya.¹⁹

¹⁸ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, Remaja Rodakaskarya, 2010), hlm.83.

¹⁹ Herbert Zettl dan Stephen Acker, *Television Production Handbook*, (California: Wardsworth, 1976), hlm.21.

Berdasarkan ungkapan dari para ahli, dapat disimpulkan program acara adalah sebuah acara atau konten yang disiarkan oleh stasiun radio atau televisi dengan tujuan untuk memberikan informasi, hiburan, atau edukasi kepada audiens yang menyaksikan atau mendengarkan siaran. Program siaran dapat berupa berita, talkshow, hiburan, drama, dokumenter, dan lain sebagainya.

Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan istilah "program" untuk acara televisi tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai rangkaian pesan atau pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun, kata "program" lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran Indonesia daripada kata "siaran" untuk mengacu pada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.²⁰

Program atau acara yang disajikan oleh stasiun televisi menjadi faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Program siaran ini akan diproduksi melalui produksi siaran sesuai dengan jenis atau format program siaran. Proses produksi program siaran meliputi berbagai tahapan mulai dari ide awal, perencanaan, pengembangan konten, produksi, hingga post produksi. Dalam insurtri siaran, produksi siaran sangat penting karena program siaran yang berkualitas akan menarik perhatian audiens dan meningkatkan popularitas stasiun radio atau televisi. Oleh karena itu, seorang produser perlu memperhatikan setiap tahapan produksi dengan baik untuk menghasilkan program siaran yang berkualitas dan sukses memikat audiens.²¹

²⁰ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, hlm. 210.

²¹ *Ibid.*, hlm. 35.

3. Jenis-Jenis Program

Setiap hari stasiun televisi menyajikan berbagai jenis program dengan jumlah yang banyak dan beragam. Berbagai jenis program dapat ditayangkan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan Undang-undang Penyiaran Indonesia. Vane Gross (1994) mengemukakan bahwa menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program. Adapun daya tarik di sini di sini adalah bagaimana suatu program mampu menarik audiensnya. Menurut Vane Gross, *programmer* harus memilih daya tarik yang merupakan cara untuk meraih audien.²²

Secara garis besar, program acara dibagi menjadi dua jenis yakni program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*).

a. Program Informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Program informasi bukan hanya program berita yang mana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi juga termasuk *talkshow* (perbincangan). Program informasi dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).²³

1) Berita Keras (*Hard News*)

Merupakan segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak secepatnya. Dalam hal ini berita keras dibagi menjadi beberapa bentuk berita: *straight news* (berita langsung), *features* (berita ringan), dan *infotainment*.²⁴

²² *Ibid.*, hlm. 208.

²³ *Ibid.*, hlm. 219.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 219.

2) Berita Lunak (*Soft News*)

Merupakan segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang termasuk dalam kategori ini adalah: *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*.²⁵

b. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens dalam bentuk lagu, cerita, musik, dan permainan. Program hiburan terbagi menjadi dua format, yaitu drama dan non drama²⁶.

1) Drama

Program drama adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film.²⁷

2) Nondrama

Program siaran nondrama adalah siaran televisi yang menyajikan perpaduan program unsur imajinasi dan fakta yang didesain secara kreatif untuk menghasilkan acara yang menghibur, informatif, artistik, dan bermanfaat.²⁸

²⁵ *Ibid.*, hlm. 221.

²⁶ Rusman Latief, *Panduan Produksi Acara Televisi Non Drama: Ide, Format, Sistem Kerja, Kerabat Kerja, Naskah, Tata Rias, dan Acuan Dasar Kamera*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2020): hlm. 2.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 223.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 23.

a. Musik

Program musik didefinisikan sebagai format acara siaran televisi yang bermuatan unsur musik, suara, atau gabungan musik dan suara yang dikemas dalam satu paket penyajian. Berdasarkan fungsinya, program musik terbagi dalam tiga kategori, yakni musik seni, musik populer, dan musik tradisional.²⁹

b. Permainan

Program permainan adalah program yang menampilkan permainan atau perlombaan kepada peserta perorangan atau kelompok untuk mendapatkan hadiah. Program permainan terbagi atas tiga yaitu: kuis *show*, *game show*, dan kuis *game show*.³⁰

c. *Reality Show*

Reality show adalah program yang menyajikan fakta apa adanya tanpa skenario. Program reality show terdiri dari beberapa jenis seperti: *candid camera*, *competition show*, *relation show*, *fly on the wall*, dan *mistik show*.³¹

d. Pertunjukan

Program pertunjukan atau *the show* adalah program yang menampilkan atau mempertunjukkan keahlian atau sesuatu yang bermanfaat. Format yang dikategorikan sebagai

²⁹ *Ibid.*, hlm. 25

³⁰ *Ibid.*, hlm. 35.

³¹ *Ibid.*, hlm. 37.

program pertunjukan adalah: pantomim, sulap, tari, peragaan busana, memancing, boneka dan wayang dan demo masak.³²

e. Komedi

Program komedi atau lawak adalah program siaran televisi yang mengandung unsur-unsur lucu atau jenaka.

f. *Variety Show*

Variety Show adalah sajian acara televisi yang memadukan berbagai format, diantaranya: music komedi, lawak, tari, *fashion show*, *interview*, dan *vox pops*.³³

g. *Talk Show*

Talk Show adalah program diskusi atau bincang-bincang yang diikuti satu atau lebih narasumber untuk membicarakan satu topik. *Program talkshow* dibedakan menjadi dua yaitu *light entertainment* dan *serious discussion*.³⁴

h. *Newstainment*

Newstainment adalah singkatan dari *news information* dan *entertainment*. Rusman latief menyimpulkan bahwa yang dimaksud *newstainment* adalah program televisi yang berisikan berita-berita menarik dan menghibur berdasarkan fakta dan informasi yang membahas dunia musik, film, mode, seni, biografi, hal-hal unik dan menarik serta liputan penyelenggaraan sebuah acara hiburan.³⁵

³² *Ibid.*, hlm. 42.

³³ *Ibid.*, hlm. 48.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 49.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 54.

4. Pengertian Produser Program

Produser adalah seseorang yang ditunjuk oleh *executive produser* untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh oleh *executive produser*. produser adalah orang atau kelompok yang bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan dan mengelola produksi atau pembuatan suatu produk layanan, baik itu dalam bidang film, musik, televisi, dan sebagainya. Produser biasanya memiliki peran penting dalam setiap tahap produksi mulai dari perencanaan, pengorganisasian, hingga pengawasan terhadap kualitas produk yang dihasilkan.³⁶ Oleh karena itu produser diharuskan memiliki kemampuan berfikir dan menuangkan ide dalam bentuk tulisan atau proposal untuk suatu program acara yang disusun secara sistematis.

Produser umumnya bertanggung jawab atas produksi tertentu. Biasanya produser berkaitan dengan organisasi bisnis, anggaran, pilihan staf dan tim, koordinasi antar departemen, penerimaan naskah, dan penjadwalan produksi. Produser dapat memilih atau memulai konsep program dan bekerja dengan penulis. Dia dapat menugaskan direktur produksi dan bertanggung jawab untuk memenuhi tenggat waktu, perencanaan produksi, projek lokasi, latihan, perlakuan produksi, dan tugas lainnya. Produser juga dapat terlibat dalam hal-hal tertentu seperti masalah serikat pekerja, menilai pascaproduksi, dan format program akhir.³⁷

Seorang produser juga harus memiliki kemampuan *leadership* untuk memimpin dan berkoordinasi dengan seluruh kerabat kerja dan asisten produser lainnya.³⁸ Selain memimpin suatu program acara, produser memiliki tugas yang beragam antara lain:

³⁶ Tomy Suprpto, *Berkarir di Bidang Broadcasting*, (Yogyakarta, Media Presindo, 2006), hlm. 61.

³⁷ I Komang Arba Wirawan dan I Dewa Made Darmawan, *Produksi Video dan Televisi*, (Denpasar, LP2MPP bekerjasama dengan Cakra Press) 2020, hlm 26.

³⁸ Tomy Suprpto, *Berkarir di Bidang Broadcasting*, hlm. 62.

- a. Menciptakan dan mengembangkan ide kreatif untuk produksi televisi
- b. Membuat desain produksi
- c. Menentukan tim kreatif
- d. Menentukan satuan kerja produksi
- e. Menentukan pengisi acara berkoordinasi dengan pengarah acara
- f. Menyusun anggaran biaya produksi
- g. Melakukan koordinasi promosi dan publikasi bersama dengan tim keuangan
- h. Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani.³⁹

5. Strategi Kreatif Produser

Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, mengatakan kreatif adalah memiliki daya cipta, mempunyai kemampuan untuk mencipta.⁴⁰ Bahkan, menjadi kreatif mengarah pada pengembangan ide yang segar dan orisinal. Salah satu sumber inspirasi ide-ide kreatif dapat berasal dari lingkungan sekitar dan minat seseorang. Ide-ide ini kemudian dapat dikembangkan menjadi acara televisi yang menarik dan khas. Menurut Kasali, strategi kreatif adalah orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif dalam membuat suatu program.⁴¹ Di sektor penyiaran, beragam taktik akan digunakan untuk menarik minat penonton. Mulai dari susunan acara, penentuan jam tayang, undangan bintang tamu, dan lain sebagainya.

Strategi seorang produser mencakup strategi jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Hal ini dilakukan, agar seorang produser memiliki gambaran secara keseluruhan perencanaan dari suatu program acara. Melalui perencanaan tersebut, kreatifitas seorang

³⁹ *Ibid.*, hlm. 30.

⁴⁰ Rusman Latief dan Yusiatie Utud, *Kreatif Siaran Televisi*, (Jakarta, Kencana, 2017), hlm.

1.

⁴¹ Kasali, *Manajemen Periklanan*, (Jakarta: Gramedia, 1992), hlm. 81.

produser dapat diterapkan untuk menghasilkan program acara yang berkualitas dan bertahan lama sebagai program acara yang diminati pemirsa. Adapun 13 strategi kreatif yang digunakan untuk mengembangkan kreativitas produser program menurut Naratama diantaranya: ⁴²

a. Target Penonton

Penentuan target penonton sudah harus dipikirkan sejak awal sebelum program acara diproduksi. Dalam bukunya Naratama menyebutkan bahwa jika sudah mengenal karakter calon penonton, maka sudah 75% karya tersebut akan sukses dan disukai banyak orang.⁴³ Naratama menyebutkan, target penonton terdiri dari usia, jenis kelamin, status sosial, dan SES (*Socio Economic Status*) Sedangkan Jenis kelamin adalah laki-laki dan perempuan, jenis usia terdiri dari anak-anak, remaja, dan dewasa. SES (*Socio Economy Status*) terdiri dari kalangan atas, kalangan menengah atas, kalangan menengah bawah, dan kalangan bawah.⁴⁴

b. Bahasa Naskah

Penggunaan bahasa naskah disesuaikan dengan target penonton. Hal ini ditujukan agar program yang diproduksi dapat menarik minat penonton.

c. Format Acara

Format acara televisi merupakan rancangan dasar dari sebuah konsep acara televisi. Hal ini menjadi landasan desain produksi dan kreatifitas yang akan terbagi dalam kriteria utama

⁴² Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*, (Jakarta, PT Grasindo, 2004), hlm. 125.

⁴³ *Ibid.*, 125.

⁴⁴ Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm.11.

disesuaikan dengan tujuan target pemirsanya. Format acara televisi terdiri dari drama (tragedi, aksi, komedi, percintaan, legenda, dan horor), non drama (musik, *magazine show*, *talk show*, *variety show*, *repackaging*, *gameshow*, dan kuis), dan berita news (*features*, *sport*, *news*)⁴⁵

d. *Punching Line*

Punching Line merupakan kejutan di dalam dialog naskah yang dimainkan oleh pemeran yang ditujukan sengaja untuk menghentak perhatian penonton. Kejutan ini biasa berupa lawakan/komedi, pertanyaan, tangisan, celetukan, dan ungkapan peribahasa.

e. *Gimmick dan Funfare*

Gimmick merupakan salah satu trik untuk menarik perhatian penonton berupa musik ilustrasi, *sound effect*, mimik dan ekspresi akting pemain, *jokes*, teknik editing, dan *camera movement*. Sedangkan *funfare* merupakan puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan.

f. *Clip Hanger*

Clip hanger yakni sebuah scene atau shoot yang ditangguhkan karena adegan terpaksa diberhentikan oleh iklan.

g. *Tune dan Bumper*

Tune merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik hingga 2,5 menit. Sedangkan *bumper* digunakan sebagai identitas perantara program acara dengan durasi 5 detik. *Tune* dan *bumper* didesain semenarik mungkin agar tidak membuat penonton

⁴⁵*Ibid.*, hlm.63.

merasa jenuh, karena nantinya akan diputar ulang sehingga dapat melekat pada ingatan penonton.

h. Penataan Artistik

Penataan artistik pada masing-masing program acara itu berbeda. Penataan artistik menekankan pada aspek penataan cahaya, efek khusus panggung, penggunaan bahan artistik, kombinasi warna dan bentuk, dan *blocking*. *Blocking* digunakan untuk berkoordinasi dengan kameramen terkait pengambilan gambar.

i. Musik dan *Fashion*

Musik dan *fashion* mencakup *wardrobe* dan *make up* disesuaikan dengan segmentasi penonton. Hal ini dilakukan untuk menarik minat penonton pada suatu program acara. Musik, *make up* dan *wardrobe* biasanya senantiasa mengikuti tren dan gaya juga disesuaikan dengan tema yang diangkat.

j. Ritme dan Birama Acara

Ritme dan birama merupakan tempo yang terdapat di dalam acara. Biasanya dilakukan secara menggebu-gebu atau dilakukan secara santai sesuai dengan karakteristik pengisi acara. Hal ini digunakan untuk mengantisipasi kejenuhan penonton ketika menonton program acara.

k. Logo dan Musik *Track* untuk *ID Tune*

Penentuan logo sangat berpengaruh pada identitas program acara. Dengan adanya logo, program acara akan dikenal dan mudah diingat oleh penonton. Musik *track* disesuaikan dengan segmentasi penonton sekaligus menjadi identitas. Dengan begitu, logo dan musik *ID Tune* bertujuan untuk membuat penonton familiar.

1. *General Rehearsal*

General Rehearsal (GR) dilakukan agar tidak ada kesalahan dalam proses pembuatan program acara. *General Rehearsal* dilakukan mencakup seluruh pemain, penempatan kamera, tata cahaya, dan pengambilan *angle* sesuai dengan breakdown yang sudah ditentukan.

m. *Interactive Program*

Interactive program digunakan untuk mengetahui minat penonton, pengembangan ide kreatif, dan pelibatan penonton. Program acara siaran langsung dapat menggunakan Q&A (*Question and Answer*) atau kuis interaktif pada segmen tertentu. Sedangkan program acara siaran rekaman (*taping program*) dapat menggunakan interaktif melalui faks, email, SMS, dan *whatsapp*.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari seseorang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.⁴⁶

⁴⁶ Syamsir Salam dan Jaenal Aripin, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta, UIN Jakarta Press, 2006), hlm. 13.

Berdasarkan definisi di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan fakta, yang didapat dari hasil penelitian lapangan yang dilakukan. Kemudian data tersebut diolah dan dikaji kembali, serta dianalisis untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yakni:

a. Data Primer

Data ini merupakan data yang diperoleh melalui proses penelitian langsung dari sasaran penelitian, yakni dengan mewawancarai Indra Suryawan sebagai produser program acara *Pendapa Kang Tedjo* terkait strategi kreatif beliau dalam menarik minat penonton. Peneliti juga akan mewawancarai Ratno Murdiyat selaku *Program Director* *Pendapa Kang Tedjo*, Riyoto sebagai tim kreatif internal bagian tata artistik sekaligus *talent coordinator* bintang tamu, dan Dimas Tedjo sebagai *host* sekaligus penanggung jawab tim kreatif eksternal untuk mendapatkan lebih banyak informasi yang dibutuhkan.

b. Data sekunder

Sumber data sekunder dari penelitian ini yakni data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip tertulis yang dimiliki oleh tim produksi *Pendapa Kang Tedjo*, buku *literature*, dan lain-lain mengenai informasi terkait dengan penelitian.

3. Subjek dan Objek

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah produser program acara Pendapa Kang Tedjo sebagai *key informan*. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi kreatif program acara Pendapa Kang Tedjo sebagai upaya menarik minat penonton.

4. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di TVRI D.I Yogyakarta. Berlokasi di Jalan Magelang Km.4,5 Yogyakarta. Waktu penelitian berlangsung sejak bulan September 2022 dan hingga bulan Februari 2023. Selama penelitian penulis mengamati secara langsung proses *taping* program acara Pendapa Kang Tedjo

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data primer, dengan cara melakukan pengamatan langsung secara seksama dan sistematis terhadap perilaku subjek penelitian, menggunakan alat panca indra.

Dalam proses observasi, peneliti mengamati secara langsung berjalannya proses produksi program acara Pendapa Kang Tedjo mulai dari bulan September 2022 dan hingga bulan Februari 2023.

Selain itu penulis juga menjalankan beberapa *jobdesk* selama penelitian dalam proses produksi program acara Pendapa Kang Tedjo seperti membuat *rundown*, membantu tim MUA untuk merias talent, membuat *shootlist*, menjadi *time keeper* dan *floor director* dalam proses *taping*.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data primer. Teknik wawancara yang akan digunakan adalah wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara mendalam akan dilakukan kepada subjek penelitian yakni Indra Suryawan sebagai produser program acara Pendapa Kang Tedjo. Selain itu wawancara lainnya dilakukan kepada Ratno Murdiat selaku *Program Director*, tim kreatif internal dan eksternal program acara Pendapa Kang Tedjo.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data untuk memperoleh banyak data dan mendapatkan data pendukung dalam menganalisis data lainnya. Data yang dimaksud yakni berupa file dan berkas yang berkaitan dengan apa yang sedang diteliti seperti foto, hasil rekaman video, arsip naskah, *rundown* program acara Pendapa Kang Tedjo, dan lain sebagainya.

6. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses menyusun secara sistematis hasil data yang diperoleh berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut nantinya akan dijabarkan dalam unit-unit, disusun berdasarkan pola, pemilihan informasi mana yang penting dan akan dipelajari, dan hasilnya akan dihimpun menjadi satu kesatuan. Pada penelitian ini, data yang sudah dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif kualitatif menggunakan teknik analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992), yakni sebagai berikut.⁴⁷

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian, dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian, dari awal hingga akhir penelitian. Reduksi merupakan bagian dari analisis fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan pengorganisasian hingga bisa ditarik suatu interpretasi.

⁴⁷ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 209-210.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap ini, peneliti membuat rumusan proposisi terkait dengan prinsip logika, lalu mengangkatnya sebagai temuan penelitian, dilanjutkan dengan menguji berulang-ulang terhadap data yang ada, mengelompokkan data yang terbentuk, dan proporsi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya yakni melaporkan hasil penelitian lengkap dengan temuan baru yang berbeda dengan temuan yang sudah ada.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan pemahaman penyusunan skripsi, peneliti membuat sistematika sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II: gambaran tentang profil TVRI D,I Yogyakarta, profil program acara Pendapa Kang Tedjo, Tim inti produksi program acara Pendapa Kang Tedjo, dan Talent yang terlibat dalam program acara Pendapa Kang Tedjo.

BAB III: pembahasan, memuat Strategi Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo di TVRI D.I Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton yang akan menjawab pertanyaan penelitian.

BAB IV: Penutup, berisi kesimpulan, saran, dan kata penutup

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan mengenai ”Strategi Kreatif Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo dalam Menarik Minat Penonton”, dapat disimpulkan bahwa Indra Irawan sebagai produser program acara Pendapa Kang Tedjo, menerapkan hampir seluruh aspek strategi kreatif menurut Naratama. Penerapan strategi kreatif oleh produser program acara Pendapa Kang Tedjo diterapkan pada seluruh tahapan atau rangkaian produksi. Mulai dari tahap pra-produksi mencakup penentuan target penonton, bahasa naskah, penentuan tata artistik, musik dan *fashion* yang digunakan oleh seluruh talent di panggung Pendapa Kang Tedjo, pembuatan logo, melakukan *general rehearsal*, mengawasi proses pembuatan *tune* dan *bumper* hingga penentuan *music track* untuk *Id tune*. Pada tahap produksi produser memberikan arahan untuk menambahkan *gimmick* dan *punching line* kepada *host* serta memntukan waktu penempatan *clip hanger*. Hingga pada tahapan post produksi produser program acara Pendapa Kang Tedjo melakukan evaluasi bersama kerabat kerja untuk menjadikan episode selanjutnya lebih baik dan menarik minat penonton lebih banyak dari sebelumnya.

Dari seluruh strategi kreatif di atas, produser program acara Pendapa Kang Tedjo menekankan beberapa strategi kreatif seperti penentuan target penonton, produser menargetkan penonton berdasarkan usia pada program acara Pendapa Kang Tedjo yakni remaja hingga dewasa. Selanjutnya penetapan Musik dan *fashion*, produser memilih campursari sebagai genre tetap pada program acara Pendapa Kang Tedjo. Pada *fashion* dalam program acara ini menggunakan pakaian adat jawa lengkap dengan aksesoris seperti sanggul, blangkon, dan selendang. Dan yang terakhir, produser menekankan strategi kreatif pada penataan artistik, program acara Pendapa Kang Tedjo

memiliki tata artistik yang disesuaikan dengan format acara dan target penonton.



B. SARAN

Adapun saran dari penulis kepada penyelenggara siaran televisi TVRI D.I. Yogyakarta khususnya produser beserta tim produksi program acara Pendapa Kang Tedjo dan peneliti selanjutnya:

1. Bagi produser program acara Pendapa Kang Tedjo dapat menampilkan lebih banyak budayawan dan seniman lokal agar kawula muda mengetahui tokoh-tokoh inspiratif. Hal itu sekaligus menambah motivasi masyarakat khususnya kawula muda untuk turut melestarikan kebudayaan daerah. Dengan adanya saran di atas, penulis berharap hal itu dapat menarik lebih banyak penonton program acara Pendapa Kang Tedjo.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti strategi kreatif produser program acara dapat meneliti tentang seberapa efektif strategi kreatif produser terhadap perolehan rating atau *feedback* dari masyarakat dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Djamal Hidajanto dan Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Fachrudin Andi, *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Fahrudin, Ahmad dan Nur Aini Shofiya Asy'ari, "Kajian Teori Strategi *Programming* Sydney W. Head pada program Acara Dakwah ADiTV", *ProTV*, vol. 3:1, 2019.
- Kasali, *Manajemen Periklanan*, Jakarta: Gramedia, 1992.
- Kristanty, Shinta dan Gemilang Awal Ramadhan, "Penerapan Strategi Kreatif dalam Mempertahankan Program "Buah Hatiku Sayang" di Televisi Republik Indonesia", *Jurnal Komunikasi* vol. 12:1, 2021.
- Mulyana Dedy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rodakaskarya, 2010.
- Morrisan M.A, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Latief Rusman, *Menjadi Produser Televisi*, Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Latief Rusman dan Yusiati Utud, *Kreatif Siaran Televisi*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Latief Rusman, *Panduan Produksi Acara Televisi Non Drama: Ide, Format, Sistem Kerja, Kerabat Kerja, Naskah, Tata Rias, dan Acuan Dasar Kamera*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2020.
- Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*, Jakarta: PT Grasindo, 2004.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Salam Syamsir dan Jaenal Aripin, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006.
- Saputry, Dessy, and Umi Kholidah. "Perspektif Budaya Jawa Dalam Syair Lagu Campursari Dan Implementasinya Pada Pembelajaran

Sosiolinguistik.” *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)* 5, no. 2, 2022.

Schneider Chris, *Starting Your Career in Broadcasting: Working On and Off the Air on Radio and Television*, Newyork: Allworth Press, 2007.

Suprpto Tomy, *Berkarir di Bidang Broadcasting*, Yogyakarta: Media Presindo, 2006.

Wulandari, Yuni, ”Analisis Strategi Pengarah Acara Program Hiburan di Stasiun Televisi Republik Indonesia di Kepulauan Riau dalam Menarik Pemirsa”, *Jurnal Ilmu Komunikasi* vol. 19:3, 2021.

Wirawan I Komang Arba, I Dewa Made Darmawan, *Produksi Video dan Televisi*, Denpasar: LP2MPP bekerjasama dengan Cakra Press, 2020.

Zetttl Herbert dan Stephen Acker, *Television Production Handbook*, California: Wardsworth, 1976.

Internet

<https://tvri.go.id/about/yogyakarta>, SEJARAH TVRI STASIUN DIY, diakses pada tanggal 07 Januari 2023: 22.30.

<https://www.youtube.com/watch?v=9xZkUScEmtw&list=PLvbzZTUbm84UESaFoLJJvGwqFjuJbtvGO&index=6>, LIVE PENDOPO TEDJO, diakses tanggal 7 MARET 2023:10.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=2vKA3I6dPc0&list=PLvbzZTUbm84UESaFoLJJvGwqFjuJbtvGO&index=5>, LIVE Pendopo Tedjo, diakses tanggal 7 MARET 2023: 12.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=On1tdm7C0Q0&list=PLvbzZTUbm84UESaFoLJJvGwqFjuJbtvGO&index=4>, LIVE Pendopo Tedjo, diakses tanggal 08 MARET 2023: 10.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=RveK7Zw7Ado&list=PLvbzZTUbm84UESaFoLJJvGwqFjuJbtvGO> LIVE Pendopo Tedjo, diakses tanggal 14 Maret 2023: 12:23 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=2QfJGSf9IIU&list=PLvbzZTUbm84UzUFK6ruYGUO9P7OrgaFuZ&index=10>, PENDOPO KANG TEDJO ”ARI PURNOMO”, diakses tanggal 08 MARET 17.10 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=IOkeMeg5Z0M&list=PLvbzZTUbm84UzUFK6ruYGUO9P7OrgaFuZ&index=10>, PENDOPO KANG TEDJO ”LIK SUYANTO”, diakses tanggal 08 MARET 2023: 23.10 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=GHeE3gUTNAs> PENDOPO KANG TEDJO "MARIA KADARSIH", diakses tanggal 10 MARET 2023: 10.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=WAqwFu7mB5Y&list=PLvbzZTUbm84UzUFK6ruYGUO9P7OrgaFuZ&index=12> PENDOPO KANG TEDJO "MERIT SASTRAWAN", diakses tanggal 08 MARET 2023: 18.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=Li9ZSEgtYp4&t=490s> PENDOPO KANG TEDJO "NADIA DIANDRA", diakses tanggal 10 MARET 2023: 21.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=vFzNPXspsIA&list=PLvbzZTUbm84UzUFK6ruYGUO9P7OrgaFuZ&index=12>, PENDOPO TEDJO "BAMBANG RABIES", diakses tanggal 09 MARET 2023: 01.30 WIB.

Interview

Hasil wawancara dengan Indra Suryawan, produser program acara Pendapa Kang Tedjo, TVRI D.I Yogyakarta, 13 Desember 2022.

Hasil wawancara dengan Claudia Anastasia, *Program Director*, produser program acara PIJAR sekaligus penghitung TVR (*Television Rating*) dan TVS (*Television Share*) program acara TVRI D.I Yogyakarta, TVRI D.I Yogyakarta, 13 Desember 2022.

Hasil wawancara dengan Indra Suryawan, produser program acara Pendapa Kang Tedjo, TVRI D.I Yogyakarta, 9 Februari 2023.

Hasil wawancara dengan Ratno Murdiyat, *Program Director* program acara Pendapa Kang Tedjo, TVRI D.I Yogyakarta, 9 Februari 2023.

Hasil wawancara dengan Riyoto, penata artistik dan *talent coordinator* internal program acara Pendapa Kang Tedjo, TVRI D.I Yogyakarta, 9 Februari 2023.

Hasil wawancara dengan Dimas Tedjo, *Host* dan *talent coordinator* eksternal program acara Pendapa Kang Tedjo, TVRI D.I Yogyakarta, 9 Februari 2023.

Dokumentasi dan Observasi

Dokumen data TVS (*Television Share*) program acara Pendapa Kang Tedjo di TVRI Yogyakarta, D.I Yogyakarta, 14 Desember 2022.

Dokumen data *rundown* program acara Pendapa Kang Tedjo, D.I. Yogyakarta, 18 Februari 2023.

Observasi lokasi penelitian TVRI D.I Yogyakarta Jalan Magelang Km.4,5, 01 September 2022 hingga 28 Februari 2023.

