

**STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM TAMU ISTIMEWA
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM
DI STASIUN ADITV**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam**

Disusun oleh :

CANGGIH BEKTI PRATIWI

NIM : 09210030

Dosen Pembimbing :

Dra. Hj. Evi Septiani TH., M. Si.

NIP : 19640923 1992203 2 001

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

2013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

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

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1106 /2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM TAMU ISTIMEWA DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM DI STASIUN ADITV**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : CANGGIH BEKTI PRATIWI
NIM/Jurusan : 09210030/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 2 Juli 2013
Nilai Munaqasyah : 90,3 (A -)

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

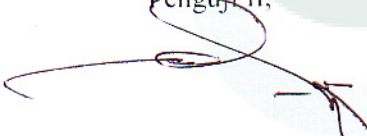
TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

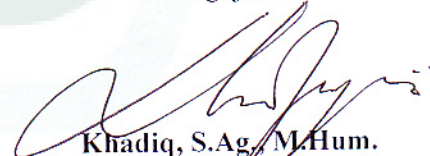

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.

NIP 19640923 199203 2 001

Penguji II,


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

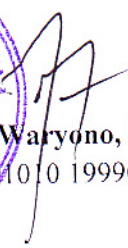
Penguji III,


Khadiq, S.Ag., M.Hum.
NIP 19700125 199903 1 001

Yogyakarta, 25 Juli 2013

Dekan,




Dr. H. Waryono, M.Ag.

NIP 19701010 199903 1 002



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalaamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Canggih Bekti Pratiwi

NIM : 09210030

Judul Skripsi : Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADiTV

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 25 Juli 2013

Mengetahui,

a.n.Dekan

Ketua Jurusan KPI,



[Signature]
Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.

NIP : 19640923 1992203 2 001

Pembimbing Skripsi,

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.

NIP : 19640923 1992203 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Canggih Bekti Pratiwi

NIM : 09210030

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : "Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADiTV" 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, 25 Juli 2013

Yang menyatakan,




Canggih Bekti Pratiwi

NIM : 09210030

HALAMAN PERSEMBAHAN

Betapa bahagianya hati ini ketika menulis halaman yang paling aku nantikan. Sebuah persembahan spesial yang aku berikan bagi orang – orang istimewa dalam hidupku sebagai bukti bahwa aku telah menunaikan kewajibanku dan menggenggam mimpi besar yang aku ukir sejak duduk di bangku Sekolah Dasar.

Maka terimalah persembahanku ini :

- ♣ *Papa Mamaku, Suyitno dan Chomsiyatun.*
- ♣ *Adikku, Ilham Gumelar.*
- ♣ *Haris Setiawan.*

MOTTO

Demi masa.

Sungguh, manusia berada dalam kerugian.

*Kecuali orang – orang yang beriman dan mengerjakan
kebajikan serta saling menasihati untuk kebenaran dan
saling menasihati untuk kesabaran.*

(QS. Al-Asr : 1 – 3)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga menjadi kekuatan yang tiada habisnya bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, figur manusia sempurna yang telah membawa umatnya dari zaman Jahiliyah menuju zaman Islamiyah.

Setelah melaksanakan penelitian selama berbulan-bulan pada program Tamu Istimewa di ADiTV, akhirnya dapat penulis selesaikan skripsi dengan judul "Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADiTV". Dalam proses penyelesaian dan penulisan skripsi ini banyak sekali bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Papa dan Mama yang tiada kenal putus asa dalam mendidik, membimbing, dan memberikan kasih sayang setulus hati bagi penulis, serta adikku tersayang.
2. Bapak Prof Dr. H. Musa Asy`arie, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Waryono A. Ghafur, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Dosen pembimbingku Ibu Dra. Hj. Evi Septiani T.H, M.Si yang juga merupakan Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Direktur Stasiun ADiTV, Bpk. Dr. Rangga Almahendra, S.T., M.M. beserta staf, yang memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian di stasiun AdiTV.
6. Mas Fajar Dwi Putra, selaku produser program Tamu Istimewa yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian pada programnya, juga seluruh *crew and cast* Tamu Istimewa, mas Nimo, mas Krisna, mas Istiyono, Nura, mas Lilik, mas Andre, mas Anung, semuanya. Terima kasih yang sebesar-besarnya.
7. Dosen KPI dan karyawan Fakultas Dakwah, Pak Kholili selaku pembimbing akademik, Pak Saptoni, Bu Elis, Pak Zamroni, Bu Elvi, Bu Nur, Bu Ratna, dan yang lainnya.
8. *The special one*, Mbemku, Haris Setiawan yang selalu menemani dan menyemangati serta menampung air mata saat aku mulai berputus asa.
9. Teman-teman seperjuangan (Septi, Vina, Nita, Niken, Fitri, Ayu, Laily, Faris, Seno, dll) yang selalu ada saat galau dan *down* selama penyelesaian skripsi. *Keep spirit, guys!*
10. Teman – teman kos, para Srikandhi (Tikus, Undhan-Undhan Belulang, mbak Pino, Teteh Ela, Cumi, Anis, Ria, Sera Ooy, Oma, Irma), termakasih atas kesabaran dan kebesaran hati kalian selama menemani aku di rantau.

11. Tim *touring* Cah Angkringan, Adam, Andrian, Faisal, Umam, Chud, Maftuh, Satria, Bisma, semuanya, kebersamaan kita begitu berharga.
12. Teman – teman SukaTV dan GC Production (Teh Euis, Uti Ine, Budhe Tami, Tante Hanna, Paman Rahman, Kadek, Angkatan 3 dan 4, Om Beni, Bolot).
13. Keluarga besar Bpk. Alm. Mustam dan Bpk. Markisan.
14. Para sahabat, Rindy (Juminem), Depe (Ndut), Hajar, Ratih, Taulia, Ayuda, Cindy (Oneng), Aini, Shofa, dll.
15. Semua pihak tanpa terkecuali yang telah membantu dan mendoakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, atas terwujudnya skripsi ini.

Penulis sangat berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri. Oleh karena itu, masukan dan kritikan yang konstruktif sangat penulis harapkan. Akhirnya, semoga apa yang telah dilaksanakan dapat menjadi Amal Jariyah. Amin YRA.

Yogyakarta, 25 Juli 2013

Penulis,

Canggih Bakti Pratiwi

NIM. 09210030

ABSTRAKSI

Industri televisi merupakan sebuah industri kreatif yang kian hari kian banyak peminatnya. Persaingan antar program televisi menjadi semakin ketat seiring menjamurnya jumlah stasiun televisi yang ada. Sehingga dibutuhkan sebuah upaya guna menarik minat pemirsa dan menaikkan popularitas juga rating program.

Salah satu program acara televisi yang mencoba eksis di tengah-tengah masyarakat adalah Tamu Istimewa milik stasiun televisi ADiTV, yaitu sebuah stasiun televisi lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam skripsi ini penulis memfokuskan pembahasan tentang bagaimanakah strategi kreatif yang diterapkan produser program Tamu Istimewa dalam mempertahankan eksistensi program di stasiun ADiTV dalam mempertahankan eksistensi program. Yang membedakan pembahasan pada skripsi ini dengan skripsi yang ada sebelumnya adalah pada skripsi ini penulis memaparkan secara rinci strategi kreatif produser berdasarkan elemen–elemen produksi acara televisi milik Naratama, bukan berdasarkan proses produksi acara televisi.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi, setelah itu dilakukan proses analisis data yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Setelah tahapan demi tahapan penelitian terlaksana, maka diperoleh hasil bahwa terdapat kesesuaian antara teori dengan praktik yang terjadi di lapangan. 13 elemen strategi kreatif Naratama diterapkan oleh produser Tamu Istimewa dalam upaya mempertahankan eksistensi program Tamu Istimewa ditambah dengan beberapa strategi khusus lainnya yang belum pernah peneliti jumpai sebelumnya.

Kata kunci : Strategi Kreatif, Produser Program Televisi, Mempertahankan Eksistensi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	ii
Surat Persetujuan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Abstraksi	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiv
I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	6
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Kajian Pustaka	12

G. Kerangka Teoritik	14
H. Metode Penelitian	22
I. Sistematika Pembahasan	27
II GAMBARAN TENTANG PROGRAM TAMU ISTIMEWA DI STASIUN ADITV	29
A. Profil Program Tamu Istimewa dan Stasiun ADiTV	29
B. Latar Belakang Terciptanya Program Tamu Istimewa	33
C. Visi dan Misi Program Tamu Istimewa	35
D. Konsep Program Tamu Istimewa	36
E. Logo Proram Tamu Istimewa	37
F. Kerabat Kerja	37
III LANGKAH-LANGKAH STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM TAMU ISTIMEWA DI STASIUN ADITV	44
A. Target Penonton	44
B. Bahasa Naskah	48
C. Format Acara	53
D. <i>Punching Line</i>	56
E. <i>Gimmick and Funfare</i>	58
F. <i>Clip Hanger</i>	59

G. <i>Tune and Bumper</i>	60
H. Penataan Artistik	62
I. <i>Music and Fashion</i>	64
J. Ritme dan Birama Acara	68
K. Logo dan <i>Music Track</i> untuk <i>ID Tune</i>	70
L. <i>General Rehearsel (GR)</i>	70
M. <i>Interactive Program</i>	72
IV PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
C. Kata Penutup	79
DAFTAR PUSTAKA	80
Lampiran – lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Logo Tamu Istimewa	37
Gambar 2.0 Set panggung ketika bersama Sunyahni	63
Gambar 3.0 Set panggung ketika bersama Dimjeng Sleman	63
Gambar 4.0 Nimo Wiryadimaja, <i>host</i> Tamu Istimewa	67
Gambar 5.0 Mbah Asih (kiri), Nimo W. (kanan)	68



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari interpretasi yang salah terhadap judul skripsi :
“Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADiTV”, maka terlebih dahulu penulis tegaskan maksud dari judul tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan dua kata berbeda yang terdiri dari kata strategi dan kreatif. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran.¹ Menurut Hardiyanto, “*Strategy is a plan of action, a detailed scheme for achieving some goals.*” (Strategi adalah rencana tindakan, skema rinci untuk mencapai beberapa tujuan).² Ada juga pendapat yang menyatakan bahwa strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi.³

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), hlm. 859.

² Hardiyanto, *Modul Perencanaan Kreatif Periklanan*, FIKOM UMB Jakarta

³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 136.

Di sini dapat dipahami bahwa strategi merupakan sebuah siasat atau taktik yang disusun untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Sedangkan Kreatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan; bersifat (mengandung) daya cipta; pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi.⁴ Dan menurut *Creative Education Foundation* pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik dan berbeda serta lebih baik dari sebelumnya.⁵

Jadi, dari makna masing-masing kata tersebut jika dipadukan dapat penulis simpulkan maksud dari strategi kreatif adalah rencana khusus atau penentuan/penyusunan rencana cerdas pemimpin berupa terobosan-terobosan baru dalam upaya tercapainya tujuan.

2. Produser

Produser adalah orang yang bertanggung jawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang

⁴ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), hlm. 465.

⁵ Indra Prawira, *Perencanaan Program Televisi*
http://www.slideshare.net/Rezka_Judittya/perencanaan-program-televisi-by-indra-prawira, akses hari Minggu, tanggal 5 Januari 2013, pukul 14:15 WIB.

telah ditentukan dan disepakati oleh *production manager*, *executive producer*, ataupun dari *management*.⁶ Atau dapat dikatakan produser adalah orang yang memiliki gagasan/ide kreatif, yang bisa jadi dari pikirannya sendiri maupun saran dari luar, teman kerja atau masyarakat.

Gagasan/ide kreatif tersebut selanjutnya akan dituangkan dalam sebuah *rundown sheet*⁷ yang akan dijadikan panduan oleh pengarah acara selama produksi berlangsung. Sebagai pemilik ide atau gagasan tersebut, maka produser pulalah yang menentukan siapa orang yang akan menjadi narasumber dalam produksinya.

Dalam kerjanya, produser merupakan pemimpin, koordinator, dan penanggung jawab pada sebuah produksi program acara.⁸ Karena dalam memproduksi program acara, produser tidak bekerja sendiri, melainkan ada banyak *crew* yang membantu dibelakangnya sesuai dengan porsi kerja masing-masing.

3. Program Tamu Istimewa

Program Tamu Istimewa merupakan salah satu *talkshow* milik stasiun ADiTV. *Talkshow* atau perbincangan adalah program yang

⁶ Sony Set, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2008), hlm.45.

⁷ *Rundown sheet* adalah naskah yang berisi urutan sajian dengan garis besar uraian acara. Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta : Pinus Book Publisher, 2007), hlm. 45.

⁸ Onong Uchjana Effendi, *Televisi Siaran: Teori dan Praktek*, (Bandung : PT. Alumni, 1984), hlm. 67.

menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*).⁹ Mereka yang diundang sebagai narasumber adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang sedang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang sedang dibahas.

Tamu Istimewa merupakan program dialog yang tidak hanya menyuguhkan informasi, tapi juga sarat akan muatan pendidikan. Program ini tayang setiap hari Senin pukul 20.00 - 21.00 WIB dengan karakteristik siaran yaitu *taping* (rekaman) maupun *live* dan dipandu oleh seorang *host*, yaitu Nimo Wiryadimaja sebagai *host* utama.

“Tamu Istimewa hadir menggantikan posisi *talkshow* Dialog Khusus yang saat itu merupakan talkshow andalan dari stasiun ADiTV. Namun Dialog Khusus tidak bertahan lama karena kurangnya antusiasme pemirsa dalam menyaksikan *talkshow* tersebut, maka dengan terpaksa melalui rapat *production meeting* disepakati bahwa tayangan Dialog Khusus untuk disudahi, kemudian lahirlah Tamu Istimewa pada 27 Januari 2012 dan bertahan sampai sekarang.”¹⁰

4. Eksistensi

Eksistensi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *Existence* yang berarti adanya, kehidupan, keadaan.¹¹ Sehingga

⁹ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 28.

¹⁰ Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 26 Januari 2013.

¹¹ John M. Echols dan Hassan S., *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta : Gramedia, 1996) hlm. 224.

maksud dari eksistensi di sini adalah keberadaan program, yaitu program Tamu Istimewa di stasiun ADiTV.

5. Stasiun ADiTV

Stasiun ADiTV adalah sebuah stasiun televisi lokal di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) di bawah naungan PT. Arah Dunia Televisi. Stasiun ADiTV didirikan pada tahun 2009. ADiTV mengudara di channel 44 UHF dan dapat disaksikan secara *streaming* di www.aditv.co.id. Nama ADI merupakan singkatan dari harapan berdirinya stasiun televisi ini, yaitu ingin menjadikan ADiTV sebagai wahana perjuangan dakwah modern, meneruskan perjuangan Ahmad Dahlan bagi Indonesia (A-D-I) di abad millenium untuk mencerahkan masyarakat, dan juga ingin menjadi alternatif utama TV keluarga, yang terus menyajikan tayangan bermutu khususnya bagi Anak dan Ibu (A-D-I). Stasiun ADiTV berkantor di Jln. Raya Tajem Km 3, Panjen, Wedomartani, Sleman, DIY. Ditengah bermunculannya stasiun-stasiun televisi swasta modern, ADiTV hadir sebagai sebuah stasiun televisi islami dengan mengusung motto “Pencerahan bagi Semua” dan strategi brandingnya yaitu 3M (Muslim, Muda, Modern), karena ADiTV dikelola oleh anak-anak muda terbaik Yogyakarta yang siap mengantar ADi TV menjadi TV masa depan.¹²

¹² *Official website* ADiTV, www.aditv.co.id akses pada tanggal 29 Januari 2013, pukul 13.30 WIB.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mencoba menegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul “Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa di Stasiun ADiTV” adalah mengenai bagaimana tindakan kreatif atau terobosan-terobosan baru yang diterapkan produser program Tamu Istimewa dalam upaya mempertahankan eksistensi programnya di stasiun ADiTV selama setahun pertama (periode 27 Januari 2012 – 27 Januari 2013).

B. Latar Belakang

Informasi merupakan kebutuhan penting dalam kehidupan manusia. Setiap individu sudah pasti membutuhkan informasi guna menambah wawasan. Informasi biasanya diperoleh melalui media massa, salah satunya televisi yang sampai saat ini masih memegang peringkat teratas sebagai media massa yang paling banyak diminati dibanding koran, radio, dan internet.

Televisi adalah media komunikasi massa yang paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya mengatasi faktor jarak dan waktu.¹³ Selain aksesnya yang tergolong mudah dan murah, televisi juga bisa memenuhi rasa penasaran penonton/pemirsa karena televisi mampu menyajikan informasi berupa *audiovisual* (suara dan gambar) sehingga pemirsa tidak harus menerawang ataupun membayangkan seperti ketika

¹³ Surbakti, *Awat Tayangan Televisi*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2008), hlm. 78.

sedang mendengarkan berita di radio. Sebagaimana yang dimaksud dalam UU Penyiaran No. 32 Th. 2002 pasal 1 ayat 4, bahwa:

”Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengan pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.”¹⁴

Industri pertelevisian merupakan sebuah industri yang kreatif, karena setiap hari berkarya dan setiap hari memunculkan ide baru dan segar. Hal tersebut tampak pada jenis sajian televisi yang dewasa ini semakin beragam, seperti berita, *talkshow*, *feature*¹⁵, *variety show* (hiburan), sinetron, kartun, drama komedi, dan lain sebagainya, yang membuat televisi tidak pernah sepi penonton.

Tidak hanya jenis sajian televisi yang semakin banyak, sekarang ini jumlah stasiun televisi di Indonesia yang dapat disaksikan masyarakat secara gratis ada 12 stasiun televisi nasional terdiri dari TVRI, RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, TransTV, GlobalTV, Trans7, MetroTV, TVOne, MNC, dan KompasTV, belum lagi ditambah dengan stasiun televisi lokal di daerah-daerah yang juga kian menjamur, termasuk salah satunya adalah stasiun ADiTV. Hal ini menunjukkan bahwa televisi begitu diminati.

ADiTV sebagai sebuah lembaga penyiaran, mempunyai program acara yang sangat beragam, mulai dari berita/informasi, pendidikan,

¹⁴ *Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2003), hlm. 4.

¹⁵ *Feature* adalah berita ringan namun menarik, seperti informasi mengenai tempat liburan, tempat makan, dll. *Ibid*, Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, hlm. 210.

hingga hiburan. Namun yang membedakan dengan stasiun televisi lain, yaitu keinginan stasiun televisi ini untuk menyajikan tayangan yang bernafaskan islam sebagaimana tertuang dalam misi berdirinya stasiun televisi ini, yaitu : “Mensiarkan program televisi dengan jiwa, nafas dan nuansa islam dan keMuhammadiyah, menjadi alternatif utama tayangan televisi bagi masyarakat dan menjalankan unit usaha mandiri yang berorientasi manfaat dengan profesionalisme dan semangat perjuangan dakwah modern untuk mencerahkan seluruh masyarakat.”^{16,}

Salah satu mata acara/program unggulan di stasiun ADiTV adalah program Tamu Istimewa, yaitu sebuah talkshow yang menghadirkan narasumber/tamu (asli DIY ataupun luar daerah) yang memiliki suatu keistimewaan untuk memberikan inspirasi kepada pemirsa. Namun demikian, dalam perjalanannya yang kini memasuki usia 1 tahun, program Tamu Istimewa pernah hampir di-*drop* hingga 3 kali karena kurang berkembang.¹⁷

Keputusan akan diberhentikannya program Tamu Istimewa tersebut membuat produser Tamu Istimewa yang pada waktu itu adalah Fajar Dwi Putra, tertantang untuk mencari solusi bagaimana agar programnya tetap bertahan.

¹⁶ *Official website* ADiTV, www.adity.co.id akses pada tanggal 29 Januari 2013, pukul 13.30 WIB.

¹⁷ Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 12 Februari 2013.

Sebagai sebuah program acara televisi, Tamu Istimewa tidak lepas dari persaingan merebut hati pemirsa televisi khususnya masyarakat DI Yogyakarta dan sekitarnya. Seperti kata Lauren Zalaznick (Cable TV Bravo), yang mengatakan bahwa "kesuksesan sebuah bisnis televisi adalah ketika penonton menikmati tayangan dan tidak mau berpindah ke program lain".¹⁸ Hal tersebut tentu menjadi tantangan bagi setiap produser. Dapat penulis tegaskan, produser mana yang tidak ingin programnya disambut hangat oleh pemirsa dan bertahan tayang selama bertahun-tahun. Demikian juga bagi produser Tamu Istimewa.

Loyalitas pemirsa dalam menyaksikan sebuah tayangan televisi biasanya diukur melalui sebuah riset *rating*¹⁹. Hasil dari riset tersebut yang nantinya akan mempengaruhi pertimbangan produser dalam mengambil keputusan untuk pengembangan kualitas program. Karena *rating* juga menjadi perhatian bagi pemasang iklan yang ingin mempromosikan produk dan jasanya. Itu artinya, adanya iklan komersial pada suatu program, dapat dijadikan tolok ukur suksesnya suatu program.

Lembaga riset *rating* satu-satunya saat ini yang menjadi parameter industri penyiaran televisi di Indonesia adalah AGB Nielsen Media Research. Namun tidak demikian dengan ADiTV.

"ADiTV tidak menggunakan jasa dari AGB Nielsen. Selama ini, untuk mengetahui respon dari masyarakat, ADiTV menggunakan

¹⁸ Sidarta GM, *Berita untuk Mata dan Telinga*, (Yogyakarta : Mara Pustaka, 2012), hlm. 23.

¹⁹ *Rating adalah indikator apakah program itu memiliki audiens atau tidak*. Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 150.

media telepon interaktif untuk program *live* dan untuk program *taping* melalui sosial media, seperti *facebook* dan *twitter*. Demikian juga program Tamu Istimewa, biasanya produser melihat respon masyarakat melalui blog."²⁰

Dalam perjalanan program Tamu Istimewa, hal lain yang penulis amati dari program ini adalah dulu Tamu Istimewa tidak memiliki iklan komersial. Setiap kali *segment* iklan, yang diputar adalah iklan layanan masyarakat (ILM), namun sejak awal tahun 2013 ada yang berbeda di *segment* iklan, yaitu saat ini Tamu Istimewa sudah mendapatkan dukungan dari sponsor. Hal ini menandakan bahwa program ini berhasil menarik perhatian pemirsa. Karena tanpa adanya audiens/pemirsa, program yang sangat bagus sekalipun tidak akan mampu menarik pemasang iklan.²¹ Apalagi program tersebut merupakan program dari sebuah stasiun televisi lokal yang notabene sulit bersaing atau mengalahkan popularitas stasiun televisi swasta nasional di masyarakat.

Berdasarkan latar belakang itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui bagaimanakah strategi kreatif yang diterapkan produser dalam mempertahankan eksistensi program Tamu Istimewa di stasiun ADiTV selama setahun pertama (periode 27 Januari 2012 – 27 Januari 2013).

²⁰ Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 26 Januari 2013.

²¹ *Ibid.* Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, hlm. 419.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimanakah tindakan kreatif atau terobosan-terobosan baru yang diterapkan produser program Tamu Istimewa dalam upaya mempertahankan eksistensi programnya di stasiun ADiTV selama setahun pertama (periode 27 Januari 2012 – 27 Januari 2013)?”

D. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan strategi kreatif yang diterapkan oleh produser program Tamu Istimewa dalam upaya mempertahankan eksistensi program acaranya di stasiun ADiTV.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian tentang “Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa di ADiTV” diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menambah khazanah keilmuan dalam disiplin ilmu produksi siaran dan manajemen siaran televisi.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran yang berharga bagi kajian desain program siaran televisi.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat bermanfaat bagi proses pemahaman penulis terhadap sebuah desain program siaran televisi.
- b. Sebagai bahan evaluasi stasiun ADiTV dalam pengembangan programnya, khususnya program Tamu Istimewa.

F. Kajian Pustaka

Penelitian sejenis ini sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, diantaranya :

Penelitian yang dilakukan oleh Guntur Mahardika, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dengan judul “Strategi Produser dalam Meningkatkan Rating Program Musik Dahsyat” tahun 2011. Dalam skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi produser dalam meningkatkan rating program agar tidak kalah saing dengan program sejenis. Di mana metode penelitian yang diambil adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitiannya adalah strategi produser program musik Dahsyat dalam meningkatkan rating dan subjek penelitiannya adalah produser sebagai *key informan* dan beberapa penonton sebagai *informan*. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis,

didapatkan kesimpulan bahwa dalam meningkatkan rating program musik Dahsyat, strategi yang diambil produser adalah melalui kontent acara yang berbeda setiap harinya dalam satu minggu, seperti kalau setiap hari rabu ditayangkan Dahsyatnya pasar, kalau hari kamis Dahsyatnya sekolah, dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rico Delta Yudha, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “Strategi Kreatif Program Acara Langenswara di Jogja TV” tahun 2011. Dalam skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program agar tidak kalah saing dengan program lain. Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif, di mana objek penelitiannya adalah Langenswara di Jogja TV sebagai program acara televisi Jogja TV dan subjek penelitiannya adalah produser, tim kreatif, dan penanggung jawab acara. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, didapatkan kesimpulan bahwa dalam mempertahankan eksistensi program Langenswara yaitu melalui kontent/isi dengan selalu meng-*update* lagu-lagu campursari dan informasi seputar Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Doddy Afrianto, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “Strategi Kreatif Program Acara Anak (Studi deskriptif tentang strategi kreatif program acara pendidikan anak Multi Talenta “MT” di RBTV Yogyakarta” tahun 2009. Dalam skripsi tersebut dibahas tentang bagaimana strategi program acara tersebut dalam mempertahankan

keberadaannya. Di mana metode penelitian yang diambil adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitiannya adalah strategi kreatif program program acara anak Multi Talenta dan subjek penelitiannya adalah tim kreatif dari *Production House* (PH) Puspadanta, karena acara ini merupakan kerjasama antara RBTv dengan PH Puspadanta. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, didapatkan kesimpulan bahwa dalam mempertahankan keberadaan program acara anak tersebut yaitu melalui sosok presenternya yang masih anak-anak, dan narasumbernya yang selalu berganti setiap episodenya, karena dulu narasumbernya adalah narasumber tetap, hanya 1, yaitu Eny Esyta Kolopaking.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah jika dalam penelitian sebelumnya lebih terfokus pada strategi kreatif program berdasarkan proses produksi, maka pada penelitian ini akan penulis paparkan secara rinci strategi kreatif produser berdasarkan elemen-elemen produksi acara televisi.

G. Kerangka Teoritik

1. Tinjauan tentang Tugas Produser dalam Produksi Siaran Televisi

Produser merupakan pemimpin dalam produksi acara/program televisi. Namun, tugas seorang produser tidak terbatas sebagai pemimpin saja, melainkan memiliki tugas yang beragam, antara lain :

- a. Membuat perencanaan produksi meliputi ide, riset, interpretasi, biaya, peralatan, *casting*, jadwal kegiatan,

synopsis, treatment, dan disusun dalam dalam proposal produksi.²²

- b. Bertanggungjawab atas seluruh penyelenggaraan administrasi dan artistik, serta memimpin pertemuan produksi.²³
 - c. Merupakan pimpinan organisasi meliputi kebijakan siaran dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan operasional dalam/luar studio.²⁴
 - d. Membentuk unit pelaksana produksi seperti *program director, unit manager, cameraman*, dan lain-lain.²⁵
 - e. Memiliki kepekaan terhadap kepentingan khalayak.²⁶
 - f. Melakukan koordinasi, promosi dan publikasi.²⁷
 - g. Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani.²⁸
2. Tinjauan tentang Strategi Kreatif Produksi Program Siaran Televisi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan

²² Modul materi kuliah *Produksi Siaran Televisi*, semester 6, oleh Dra. Elvi Listyorini

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Tommy Suprpto, *Berkarir di Bidang Broadcasting*, (Yogyakarta : Media Presindo, 2006), hlm.62

²⁸ *Ibid.*

yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²⁹

Di industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audiens. Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya.³⁰

Namun demikian, karena industri penyiaran merupakan industri kreatif, sehingga strategi yang digunakan pun, harus strategi yang kreatif. Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi sebagian berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi.³¹

Menurut Naratama, ada 13 elemen strategi kreatif dalam produksi acara, yaitu:³²

a. Target Penonton

Sebelum merencanakan suatu program, seorang produser perlu mengkaji secara teliti tentang target penonton, yaitu segmen

²⁹ Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung : PT. Alumni, 1986), hlm. 97.

³⁰ *Ibid*, Hidajanto Djamil dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, hlm. 135.

³¹ *Ibid*, Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, hlm. 21.

³² Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, (Jakarta : Grasindo, 2006), hlm. 111-118.

audiens/penonton yang menjadi sasaran program. Klasifikasi target penonton menurut Naratama dibedakan menjadi 3, yaitu³³ :

- 1) *Usia*, penggolongan segmentasi audiens berdasarkan usia, menurut Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran KPI, pasal 65 yaitu³⁴ :
 - a) Klasifikasi A : tayangan untuk Anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun.
 - b) Klasifikasi R : tayangan untuk Remaja, yakni khalayak berusia 12 – 18 tahun
 - c) Klasifikasi D : tayangan untuk Dewasa, yakni khalayak berusia > 18 tahun.
 - d) Klasifikasi SU : tayangan untuk Semua Umur.
- 2) *Jenis Kelamin*, yaitu laki-laki dan perempuan.
- 3) *Status Sosial*, menurut Lloyd Warner, kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian, yaitu³⁵ :
 - a) Kelas atas atas (A+)
 - b) Kelas atas bagian bawah (A)
 - c) Kelas menengah atas (B+)
 - d) Kelas menengah bawah (B)
 - e) Kelas bawah bagian atas (C+)

³³ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, (Jakarta : Grasindo, 2006), hlm. 111.

³⁴ Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2006), hlm. 235.

³⁵ *Ibid*, Morissan, hlm. 174.

f) Kelas bawah bagian bawah (C)

b. Bahasa Naskah

Naskah merupakan penjabaran ide dalam huruf-huruf³⁶ atau bahan-bahan berita yang siap untuk diset.³⁷ Bahasa naskah terkait dengan kata-kata yang digunakan dalam naskah, baik drama maupun nondrama. Bahasa naskah yang ditulis oleh penulis naskah perlu menjadi perhatian khusus, karena bahasa naskah yang tidak sesuai dengan target penonton bisa menjadi faktor kegagalan suatu program, sebagai contoh, penggunaan istilah asing yang terlalu banyak pada program dengan target penonton kelas C (kelas bawah bagian bawah)³⁸ akan membingungkan penonton dan akhirnya membuat penonton meninggalkan program bersangkutan.

c. Format Acara

Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.³⁹ Format acara televisi, oleh Naratama dibedakan menjadi

³⁶ percayapadatuhanyesus.blogspot.com, akses pada hari Selasa, 5 Maret 2013, pukul 18.53 WIB.

³⁷ bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php, akses pada hari Selasa, 5 Maret 2013, pukul 18.53 WIB.

³⁸ Pembagian kelas sosial penonton menurut Lloyd Warner, *ibid.* Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, hlm. 174-175.

³⁹ *Ibid.*, Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, hlm. 63.

3, yaitu drama/fiksi (contoh: drama percintaan, legenda, komedi, horror, dan sebagainya), nondrama/nonfiksi (contoh: musik, *talkshow*, *variety show*, kuis, *game show*, dan sebagainya), dan berita/news (contoh: berita, *sport*, dan *feature*).⁴⁰

d. *Punching Line*

Punching line adalah kejutan-kejutan dalam dialog naskah yang dimainkan oleh para pemain yang sengaja dituliskan untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan bosan. Kejutan naskah dapat berupa komedi, *celetukan*, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa.

e. *Gimmick and Funfare*

Gimmick adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, adegan *suspense* (tegang), mimik, ekspresi dan akting pemain, *jokes* (kelucuan), teknik editing dan penggerakan kamera. Sedangkan *Funfare* adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan. Biasanya *funfare* diletakkan di akhir acara di mana seluruh pendukung acara naik ke panggung dan bernyanyi bersama, namun bisa juga dipakai sebagai kemeriahan pembukaan acara.

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 64.

f. *Clip Hanger*

Clip hanger adalah sebuah *scene* atau *shot* yang diambangkan karena adegan terpaksa dihentikan oleh *commercial break* (iklan). *Clip hanger* digunakan untuk membuai penonton dengan membuat penonton penasaran pada apa yang akan terjadi selanjutnya sehingga penonton tidak berpindah ke lain *channel*.

g. *Tune and Bumper*

Opening tune merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit, dan *bumper* adalah identitas perantara acara dengan durasi 5 detik. Penggunaan *bumper* dikenal sebagai sebuah prinsip *The Golden 5 Seconds*. *Tune* dan *bumper* harus dibuat semenarik mungkin karena selalu diputar ulang setiap memulai ataupun mengakhiri tayangan dan paling sering dihafal oleh pemirsa.

h. Penataan Artistik

Penataan artistik atau sering disebut tata panggung pada suatu program juga menjadi identitas program. Tata artistik untuk setiap program tidak sama, hal ini karena tata artistik disesuaikan dengan referensi acara yang diproduksi. Selain itu penataan artistik juga menjadi panduan bagi kameramen dalam menentukan *blocking* pengambilan gambar.

i. *Music and Fashion*

Selain isi siaran, penonton juga senang memperhatikan *Wardrobe* dan *Make Up* pengisi acara, juga musik yang menjadi ilustrasi program.

“*Without good music and up-date fashion, your program would not be watched by your targeted viewers.*”⁴¹ (tanpa musik yang bagus dan fashion terkini, program Anda tidak akan disaksikan oleh target penonton Anda).

j. Ritme dan Birama Acara

Ibarat sebuah lagu, acara televisi harus mempunyai *Intro*, *Refrain*, *Coda*, dan *Improvisasi* yang dibungkus dalam sebuah aransemen musik. Sehingga dalam naskah drama maupun nondrama, setiap ketuk birama dan ritme acara dari awal hingga akhir harus sudah diperhitungkan, hal ini untuk menghindari kejenuhan penonton.

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

Sebuah program acara televisi harus mempunyai logo dan *music track* (musik untuk identitas acara) yang familiar bagi penonton. Logo acara yang baik adalah yang mudah diingat, dan *music track* yang baik adalah yang enak untuk dinikmati.

⁴¹ *Ibid*, hlm. 117.

l. *General Rehearsel (GR)*

Yaitu latihan yang dilakukan sebelum syuting berlangsung. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi ketika produksi. Yang menjadi perhatian ketika GR yaitu *camera blocking*, tata lampu, dan tata suara.

m. *Interactive Program*

Yaitu suatu percakapan atau interaksi timbal balik dengan pemirsa di rumah. Selain digunakan untuk mengetahui minat pemirsa terhadap suatu tayangan, interaktif dengan pemirsa juga bermanfaat untuk pengembangan ide-ide kreatif acara selanjutnya. Dengan adanya interaktif dengan pemirsa, pemirsa akan merasa dilibatkan dan semakin tertarik pada program bersangkutan.

H. Metode Penelitian

Setiap peneliti dalam melakukan penelitian selalu menggunakan metode penelitian, hal ini dimaksudkan agar penelitian berjalan sistematis dan efisien. Metode penelitian merupakan tuntunan tentang bagaimana secara berurut penelitian dilakukan, menggunakan alat dan bahan apa, prosedurnya bagaimana.⁴² Untuk masing-masing penelitian, metode penelitian yang digunakan bisa sama, bisa pula berbeda tergantung maksud dan tujuannya. Dalam penelitian yang penulis lakukan berikut ini,

⁴² Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian (Sebuah pengenalan dan penuntun langkah demi langkah pelaksanaan penelitian)*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hlm. 68

metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek/objek penelitian.⁴³ Lebih jelasnya, sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu yang terlibat dalam penelitian di mana data akan dikumpulkan.⁴⁴ Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah produser program Tamu Istimewa (Fajar Dwi Putra) sebagai *Key Informan* dan beberapa kerabat kerja yang terlibat sebagai *Informan* antara lain program director, editor, penata artistik, penulis naskah, dan presenter.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ingin diteliti, dalam hal ini adalah strategi kreatif produser program Tamu Istimewa dalam mempertahankan eksistensi program di stasiun ADiTV.

3. Pengumpulan Data

Menurut Mudjia Rahardjo, pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas

⁴³ *Ibid*, hlm. 84.

⁴⁴ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian dalam Pendidikan*, (Jakarta : Grafindo Persada, 1996), hlm. 133.

tinggi, dan sebaliknya.⁴⁵ Oleh sebab itu, dalam penelitian ini proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan 3 cara sebagai berikut :

a. *Interview/Wawancara*

Wawancara juga merupakan salah satu metode penelitian yang bisa digunakan untuk menggali informasi lebih dalam. Wawancara menurut Gordon adalah percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu.⁴⁶ Biasanya digunakan untuk memperoleh keterangan dari pihak-pihak terkait penelitian. Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan penulis, maka wawancara dilakukan kepada produser program, PD, editor, piñata artistik, penulis naskah, dan presenter. Aspek yang akan digali yaitu tentang strategi kreatif yang diterapkan produser dalam mempertahankan eksistensi Program Tamu Istimewa.

b. *Observasi*

Metode pengumpulan data dengan observasi yaitu suatu kegiatan mencari data dengan cara mengamati objek penelitian sehingga didapatkan suatu kesimpulan. Di mana inti dari observasi

⁴⁵ Mudjia Rahardjo, "Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif", <http://www.mudjiarahardjo.com/component/content/336.html?task=view>, akses hari Minggu, tanggal 5 Januari 2013, pukul 14:15 WIB

⁴⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), hlm. 118.

adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Seperti kata Haris Herdiansyah :

“Pengamatan yang tanpa tujuan bukan merupakan observasi. Pada dasarnya, tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan (*site*) yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, dan individu-individu yang terlibat dalam lingkungan.”⁴⁷

Oleh sebab itu, untuk memperoleh data yang akurat, observasi dirasa perlu dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, video, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini menurut Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si. (dalam blog pribadinya) bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam.⁴⁸ Sehingga menurut penulis, metode ini juga perlu untuk dilakukan dalam menunjang penelitian ini.

4. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap selanjutnya yang dilakukan peneliti guna mencari, menata, dan merumuskan kesimpulan secara

⁴⁷ *Ibid*, Haris Herdiansyah, hlm. 132-133.

⁴⁸ www.mudjarahardjo.com

sistematis dari catatan hasil interview, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang akan dipakai penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model interaktif milik Miles & Huberman.

Teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan, yaitu⁴⁹ :

- a. pengumpulan data, proses ini dilakukan sebelum, saat, bahkan hingga di akhir penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan metode yang sudah dijelaskan di atas, yaitu interview, observasi, dan dokumentasi.
- b. Reduksi data, proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis.
- 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.

⁴⁹ *Ibid*, Haris Herdiansyah, hlm. 163-181

5. Teknik Keabsahan Data

Setelah data dianalisis dan didapatkan kesimpulan, selanjutnya penulis akan melakukan uji validitas untuk memastikan keabsahan data. Metode yang akan peneliti gunakan adalah dengan melakukan *re-checking* (cek ulang).

Melakukan cek ulang merupakan salah satu teknik dalam meminimalisasi kesalahan untuk memastikan apakah semua tahapan yang telah dilakukan sudah berjalan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Selain itu cek ulang berfungsi untuk “menyelesaikan” hal yang terlewatkan atau “membenahi” hal yang tidak berjalan sesuai dengan prosedur.⁵⁰

I. Sistematika Pembahasan

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

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

Bab II : Gambaran tentang program Tamu Istimewa di Stasiun ADiTV, meliputi profil program dan stasiun televisi, latar belakang, visi dan misi, konsep program, logo, dan kerabat kerja yang terlibat.

⁵⁰ *Ibid*, Haris Herdiansyah, hlm. 205.

Bab III : Pembahasan, berisi tentang analisis masalah yang penulis teliti yaitu langkah–langkah strategi kreatif produser program Tamu Istimewa.

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



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi kreatif produser program Tamu Istimewa di stasiun ADiTV, penulis menyimpulkan bahwa apa yang diterapkan oleh produser pada program Tamu Istimewa bukanlah strategi yang asal-asalan melainkan telah melalui berbagai evaluasi. Di samping menerapkan kriteria strategi kreatif menurut Naratama yang terdiri dari 13 item. Produser juga menerapkan berbagai terobosan baru pada program Tamu Istimewa dalam upayanya mempertahankan eksistensi program. Kreativitas produser tercemin dalam upayanya memecahkan problema dan kendala yang ada selama ini. Strategi kreatif yang diterapkan oleh produser program Tamu Istimewa tersebut antara lain adalah pemilihan host, penempatan slot/waktu tayang, tema, penataan artistik, dan karakteristik siaran.

Evalusi dan inovasi rutin dilakukan pada program Tamu Istimewa untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas program baik dari sisi materi maupun kemasan, karena selain bertujuan untuk memberi informasi dan pendidikan, program ini merupakan bagian dari bisnis industri kreatif televisi, sehingga penonton merupakan faktor penting dalam perjalanan program Tamu Istimewa, karena tanpa penonton

program Tamu Istimewa tak mungkin dapat terus mengudara sampai sekarang.

B. Saran

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

1. Diperlukan penelitian atau riset khusus oleh stasiun ADiTV khususnya bagian pengembangan program terhadap setiap programnya sehingga dapat diketahui tayangan seperti apa yang dibutuhkan dan disukai pemirsa berdasarkan segmentasi penonton.
2. Diperlukan perencanaan yang matang dalam menciptakan sebuah program sehingga kemungkinan terburuk dapat diminimalisir.
3. Evaluasi dan pengawasan program sebaiknya dilakukan secara lebih intensif dan periodik, agar kesalahan atau penyimpangan dapat segera diatasi.
4. Melakukan promosi program dan penjualan program kepada pengiklan dengan lebih gencar. Manfaatkan semua media promosi yang ada sehingga stasiun ADiTV dan seluruh programnya dapat dikenal lebih luas.
5. Bagi program Tamu Istimewa, selalu berikan inovasi baru demi kemajuan program.

6. Perlu dibuatkan Logo Khusus Tamu Istimewa yang lebih menarik.
7. Maksimalkan penerapan strategi kreatif yang selama ini telah diterapkan agar program Tamu Istimewa semakin baik ke depannya.

C. Kata Penutup

Sebagai kata penutup, tidak ada kata yang pantas penulis ucapkan kecuali ucapan syukur Alhamdulillah atas segala nikmat, rahmat, dan hidayah dari Allah SWT berupa kecerdasan, kesehatan, kesempatan, dan finansial sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Dengan selesainya skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, stasiun ADiTV, dan keilmuan di bidang broadcasting. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Bambang Semedhi, *Sinematografi – Videografi Suatu Pengantar*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2011.
- Elvi Listyorini, Modul materi kuliah *Produksi Siaran Televisi*, semester 6.
- Eva Arifin, *Broadcasting to be Broadcaster*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta : Pinus Book Publisher, 2007.
- Hardiyanto, *Modul Perencanaan Kreatif Periklanan*, FIKOM UMB Jakarta
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Salemba Humanika, 2011.
- Hidajanto Djamil dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta : Kencana, 2011.
- Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian dalam Pendidikan*, (Jakarta : Grfindo Persada, 1996), hlm. 133.
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta : Kencana, 2008.
- , *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta : Kencana, 2009.
- Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, Jakarta : Grasindo, 2006.
- Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung : PT. Alumni, 1986.
- , *Televisi Siaran: Teori dan Praktek*, Bandung : PT. Alumni, 1984.
- Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian (Sebuah pengenalan dan penuntun langkah demi langkah pelaksanaan penelitian)*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Sidarta GM, *Berita untuk Mata dan Telinga*, Yogyakarta : Mara Pustaka, 2012.

Sony Set, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2008.

Surbakti, *Awas Tayangan Televisi*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2008.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa Depertemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 2005.

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

Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Jakarta : Sinar Grafika, 2003.

INTERNET :

bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php, akses pada hari Selasa, 5 Maret 2013, pukul 18.53 WIB.

Indra Prawira, *Perencanaan Program Televisi*,
http://www.slideshare.net/Rezka_Judittya/perencanaan-program-televisi-by-indra-prawira, akses hari Minggu, tanggal 5 Januari 2013, pukul 14:15 WIB.

Mudjia Rahardjo, "Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif",
<http://www.mudjiarahardjo.com/component/content/336.html?task=view>, akses hari Minggu, tanggal 5 Januari 2013, pukul 14:15 WIB

Official website ADiTV, www.aditv.co.id

percapadatuhanyesus.blogspot.com, akses pada hari Selasa, 5 Maret 2013, pukul 18.53 WIB.

Taufik Wibowo, *Teori Uses and Gratification*,
<http://taufikwibowo90.blogspot.com/2012/07/teori-uses-and-gratification.html>, akses : Senin, 8 Oktober 2012, pukul 12.50 wib

voelcahyadi.files.wordpress.com/2013/02/tata-artistik-01-pertemuan-1.pptx, materi kuliah Prodi Televisi Dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember 2013.

www.mudjiarahardjo.com

INTERVIEW :

Obrolan santai bersama Nimo Wiryadimaja (Founder Jogja Academy of Presenter) tahun 2012.

Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 26 Januari 2013.

Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 12 Februari 2013.

Wawancara dengan Krisna, *art director* Program Tamu Istimewa pada 15 Maret 2013.

Wawancara dengan Istiyono, editor Program Tamu Istimewa pada 27 Maret 2013.

Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 11 April 2013.

Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 30 April 2013.

Wawancara dengan Nimo W., host Program Tamu Istimewa pada April 2013.

Wawancara dengan Fajar Dwi Putra, penanggung jawab Program Tamu Istimewa pada 30 Mei 2013.

DOKUMENTASI DAN OBSERVASI :

Softfile, foto dan beberapa video program Tamu Istimewa

DOKUMENTASI TAMU ISTIMEWA 2012



Produser and crew TMI



Narasumber, Produser dan Host
TMI



Persiapan sebelum Taping



Narasumber, Produser dan Host
TMI

DATA NARASUMBER

NO	NAMA NARSUM	PROFESI	KONTAK
1	Edhi sunarso	seniman pematung pancoran jkt	0818277277
2	Bu jum	penambal ban menyekolahkan anak tetangga	(0274) 7490412
3	Pak bejo	tokoh seribu pohon	0819627275
4	Bejo	boneka panggung	081392694445
5	Setyawan tiadatara	Motivator humor	08164262003
6	Kak bimo	pendongeng	082134153345
7	Cindy	Penderita autis dapat muri	081804130631
8	Anton	Penggagas alat tenaga surya	08561944535
9	Budi raharja	Mualaf hindu	0811268585
10	Agung perpustakaan	Perpustakaan keliling	081578071460/ (0274) 6806557
11	Joko femax	Penemu penghemat BBM	811295762
12	Hatta radjasa	Menteri	-
13	Diajeng wika dan dimas Tio	Dimas diajeng sleman 2012	085646805791/ 085743502112
14	Sunyahni	Seniman	087742270006
15	Sri Utami	Solo..profile perempuan hebat	081391053001
16	Yuda dan retno	Putra dan putrid bantul 2012	
17	Rocmad Wahab	Rektor UNY	081227028058
18	Yati pesek	Seniman	081227566667
19	Hamzah raminten	Pemelihara budaya jawa	08164226852

Rundown Tamu Istimewa 2012

Produser : Fajar Dwi Putra
 Format : Talkshow
 Day of Shot : Jum'at, 5 Oktober 2012
 Time of Tapping : 08.30-09.15
 Duration : 45'
 Karakteristik : multy cam system (3 cam)
 Location : Studio 1 ADiTV
 Tema : Putra Bantul 2012

Seg	Subject	Cast	Location	Audio	Duration	R. Time	Keterangan
I	* OBB * Bumper in * Op Seg I * Perkenalan Nara Sumber * Pengantar Tema * Ngobrol dengan nara sumber * Closing Seg I * Bumper out	* VT * Vt * Host * Host * Host * Host * Host * VT	* VT * VT * Studio * Studio * Studio * Studio * Studio * VT	* VT * VT * VT * VT * VT * VT * VT * VT			
II	* Bumper in * Op Seg II * Closing seg II * Bumper out	* VT * Pak Bejo * Pak Bejo * Pak Bejo * VT	* VT * Studio * Studio * studio * VT	* VT * VT * VT * VT * VT			
III	* Bumper in * Op seg III * Pamitan * Closing program * Credit title * Bumper out	* VT * VT * VT	* VT * Studio * Studio * Studio * Studio * Studio * VT * VT	* VT * VT * VT * VT * VT * VT * VT * VT			

RUNDOWN TAMU ISTIMEWA 2013

Presenter: PUJA PRADITYA
 Narasumber : 1. ENDAH SARASWATI
 2. KELIK PELIPURLARA
 Tema :
 Tayang : SENIN, 15 APRIL 2013
 Waktu : 20.00 - 21.00 WIB

NO	SEGMENT	DUR	WAKTU	TITLE	MATERI	KETERANGAN
1	<i>Opening Tune</i>	15"			VTR	
2	OPENING PRESENTER	6'	20:06:15	OPENING HOST, CLUE PERKENALAN NARSUM	LIVE	PUJA
3	VT	3'	20:09:15	PROFIL ENDAH SARASWATI	VTR	PRESENTER , NARSUM STANDBY
4	PRESENTER	6'	20:15:15	MEMPERSILAHKAN ENDAH NYANYI	LIVE	PUJA, ENDAH STANDBY
5	PERFORMANCE	5'	20:20:15	JUDUL LAGU :	LIVE	ENDAH +(KELIK)
6.	PRESENTER			PERKENALAN NARSUM	LIVE	PUJA, ENDAH , KELIK
6	<i>Bumper Out</i>	15"	20:20:30			
7	IKLAN	3'	20:23:30		VTR	
8	<i>Bumper In</i>	15"	20:23:45		VTR	
9	Presenter	10'	20:29:45	Dialog dengan Narasumber (Interaktif)	LIVE	
10	<i>Bumper Out</i>	15"	20:30:00			
11	IKLAN	3'	20:33:00			ILM PEMKOT
12	<i>Bumper In</i>	15"	20:33:15			PENARI stand by
13		4'	20:37:15	JUDUL : PENARI :	LIVE	Presenter, narasumber stand by
14	Presenter	7'	20:44:15	Dialog dengan Narasumber (Interaktif)	LIVE	
	<i>Bumper Out</i>	15"	20:44:30			
15	IKLAN	4'	20:48:30			
16	<i>Bumper In</i>	15"	20:48:45			
17	Presenter	7'	20:55:45	Dialog dengan Narasumber, closing	LIVE	
18	Band SMK MUH 2 Yk	4'	20:59:45	Judul Lagu :	LIVE	

KERABAT KERJA :
Produser
 Erniatun Hartini
Marketing
 Indra Hariaya

Terimakasih Kepada:
 SMK MUHAMMADIYAH 2 Yogyakarta
 Pemerintah Kota Yogyakarta
 Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta

Bagian Humas dan Informasi Pemkot
 Yogyakarta
 Forum Komunikasi Pengurus OSIS (FKPO)
 Batik Brilliant

POLA SIAR ADITV (MEI 2013)

©

WAKTU	8	9	10	11	12	13	14	WAKTU	
	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU		
STATION ID + INDONESIA RAYA									
							POLA TEKHNIK	07.45 - 08.00	
							Ninja Hatori	08.00 - 08.30	
08.30 - 09.00							GO FOR SPEED	08.30 - 09.00	
09.00 - 09.30							SAINT SEIYA	09.00 - 09.30	
09.30 - 10.00	POLA TEKHNIK SIARAN OPENING INDONESIA RAYA							MAX MAN	09.30 - 10.00
10.00 - 10.30	TVE								10.00 - 10.30
10.30 - 11.00	KARTUN SPACE TOON							MOCOPAT SYAFAAT CAK NUN [®]	10.30 - 11.00
11.00 - 11.30									11.00 - 11.30
11.30 - 12.00	KULTUM - ADZAN DHUHUR - Hijab								11.30 - 12.00
12.00 - 12.30	TVE LIVE RELAY				Mutiara Pendidikan	Uang Kita	MOCOPAT SYAFAAT CAK NUN [®]	12.00 - 12.30	
12.30 - 13.00						ASIA CALLING		12.30 - 13.00	
13.00 - 13.30	LENSA 44 (NEWS) - (L)								13.00 - 13.30
13.30 - 14.00	MATA HATI								
14.00 - 14.30	BINCIL(R)	EKSMUS CONCERT [®]	TEMBANG TEMBUNG	DOKTER MENYAPA [®]	TEMBANG TEMBUNG	CO-CLASS [®]	C 2 C [®]	14.00 - 14.30	

FAMILY-BO

14.30 - 15.00	KANCIL®		LIVE®		LIVE®	JACK SPARROW®		14.30 - 15.00	
15.00	ADZAN Ashar -							15.00	
15.00 - 15.30	PANDALIAN	MACHINE ROBO	PENGUIN	MARRYBELL	IRON KID	BOBBY BOLA	JOGJA EVENT®	15.00 - 15.30	KIDS-SU
15.30 - 16.00	BTKP				GALERI HALAL			15.30 - 16.00	
16.00 - 16.30	CAHAYA RABBANI	MUTIARA PENDIDIKAN	SUARA EDITOR®	EKSMUS CONCERT®	TAMU ISTIMEWA®	JOGJA MAGZ	BINCIL	16.00 - 16.30	
16.30 - 17.00	TAFSIR®					KANCIL		16.30 - 17.00	
17.00 - 17.30	SPACE TOON KARTUN							17.00 - 17.30	
17.30 - 18.00	KULTUM - ADZAN MAGHRIB - HIJAB							17.30 - 18.00	
18.00 - 18.30	KISAH AL QURAN							18.00 - 18.30	FAMILY-BO
18.30 - 19.00	LENSA 44 (NEWS) -®							18.30 - 19.00	
19.00- 19.30	ADZAN ISYA	TAMU ISTIMEWA	ADZAN ISYA - HIJAB		RE RUN QUANTUM	ADZAN Isya - HIJAB	COOK CLASS	19.00-19.30	
19.30 - 20.00	SUARA EDITOR		JENDELA HATI	KLINIK HERBAL LIVE		MOCOPAT SYAFAAT CAK NUN	MENAPAK JEJAK MUHAMMAD	DOKTER MENYAPA (L)	19.30 - 20.00
20.00 - 20.30		GALERI HALAL®		CAHAYA RABBANI TAFSIR	EKSMUS CONCERT		JACK SPARROW		20.00 - 20.30
20.30 - 21.00								20.30 - 21.00	
21.00 - 21.30	TEMBANG TEMBUNG LIVE	C 2 C	JOGJA EVENT		GREEN TALK	JENDELA HATI®	TEMBANG TEMBUNG (L)	21.00 - 21.30	FAMILY-BO
21.30 - 22.00								21.30 - 22.00	

22.00 - 22.30	LENSA 44 (NEWS) - ®			22.00 - 22.30	
22.30 - 23.00	GEMA MASJIDIL HARRAM (L)	SKETSA SENI WAYANG	SKETSA SENI TEATER	22.30 - 23.00	
23.00 - 23.30				23.00 - 23.30	
23.30 - 24.00				23.30 - 24.00	
00.00 - 00.30				00.00 - 00.30	



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Canggih Bekti Pratiwi
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat/tanggal lahir : Jepara/ 22 Oktober 1991
Status : Belum menikah
Gol. Darah : B
Tinggi/berat badan : 156cm/50kg
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
Anak ke : 1 dari 2 bersaudara
Orang tua
Ayah : Suyitno
Ibu : Dra. Chomsiyatun
Alamat : Jln. Soekarno-Hatta 01/05 Bok Kuning Tahunan, Jepara, Jawa Tengah 59427
HP/PIN : 085 641 543 638/328FAA11
E-mail : canggih_be_pe@yahoo.co.id
Twitter : @giegie_tiewy

Pendidikan Formal

1995 - 1997 : TK Kartini GTI Jepara
1997 - 2003 : SD N Tahunan Kampus 3 Jepara
2003 - 2006 : SMP N 2 Jepara
2006 - 2009 : SMA N 1 Jepara

Pengalaman Organisasi

1. Anggota OSIS SMA
2. Anggota KOPMA UIN SUKA

3. Anggota Mahasiswa Kalijaga Jepara (Maskara)
4. Anggota Divisi Televisi PPTD Fakultas Dakwah UIN SUKA

Pengalaman Kerja

1. Freelance Dubber
2. Freelance Presenter TV
3. Shopkeeper
4. Crew PH Greencard Production (2011 – sekarang)

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Hormat Saya,

Canggih Bekti Pratiwi



INTERVIEW GUIDE

1. Produser

- a. Bagaimanakah latar belakang dibuatnya program Tamu Istimewa ?
- b. Tujuan dibuatnya program Tamu Istimewa ?
- c. Deskripsi program Tamu Istimewa sendiri seperti apa ?
- d. Kenapa memilih nama Tamu Istimewa ? adakah makna dari logo Tamu Istimewa maupun tune-nya?
- e. Apa yang membedakan program ini dengan talkshow lain ?
- f. Kapan Tamu Istimewa pertama kali tayang ? Siapa Narasumber pertamanya? Dan apa alasan pemilihan tokoh tersebut sebagai narasumber tayangan perdana ?
- g. Kenapa memilih jam tayang pada hari Senin pukul 8 malam ?
- h. Siapa sajakah sasaran/target audiens Tamu Istimewa ? kenapa ?
- i. Kenapa hanya ada satu narasumber dalam satu kali tayangan ?
- j. Bagaimana cara membuat penonton agar tidak jenuh ?
- k. Adakah trik khusus yang dilakukan untuk menarik perhatian pemirsa?
- l. Pernahkah diterapkan gimmick maupun funfare?

- m. Terkait tema, apa yang menjadi pertimbangan dalam menentukan tema dan narasumber ?
- n. Hal apa saja yang dilakukan untuk mengembangkan program dan menarik minat pemirsa/pemasang iklan guna mempertahankan eksistensi program ?
- o. Perubahan/inovasi apa saja yang sudah diterapkan di Tamu Istimewa ?
- p. Terkait host yang sering berganti, apakah ada maksud tertentu dan pertimbangan tertentu?
- q. Terkait lokasi siaran yang terkadang *in door/out door*, apakah ada maksud tertentu ?
- r. Apakah *Wardrobe/Fashion make up* para pengisi acara juga menjadi perhatian khusus?
- s. Sebelum *shooting*, apakah dilakukan *GR*?
- t. Mengenai interaktif dengan pemirsa, tujuannya apa, kemudian bagaimana menarik pemirsa untuk ikut berinteraksi dengan narasumber?

2. Program Director

- a. Pertimbangan apa saja yang dilakukan dalam menata gambar?
- b. Adakah trik khusus dalam pemenggalan segmen?

- c. Apa saja yang membedakan pengambilan gambar ketika in door dan out door?

3. Penata Artistik

- a. Perubahan setting studio dilakukan berapa bulan sekali?
- b. Adakah maksud tersendiri dari setting studio Tamu Istimewa ?

4. Editor ataupun Audioman

- a. Musik yang digunakan sebagai ID tune apakah *in house* produksi (orisinal) atau memotong dari musik yang sudah ada ? alasannya?
- b. Adakah pertimbangan khusus dalam pemilihan backsound?
- c. Musik apa yang paling sering digunakan?

5. Penulis Naskah

- a. Adakah skema tertentu dalam membuat daftar pertanyaan ? kenapa demikian ?
- b. Cletukan-cletukan host apakah sudah diatur dalam naskah atau pure kreativitas si pembawa acara ?

6. Host Utama : Nimo

- a. Adakah cara khusus dalam mencairkan suasana dialog?
- b. Fungsi *wardrobe* bagi Mas Nimo seperti apa?

No : 435/HRD/ADiTV/V/2013
Lamp :-
Hal : Keterangan Penelitian

Kepada Yth,
Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di
Yogyakarta

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Canggih Bekti Pratiwi
NIM : 09210030
Jurusan / Fakultas : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Dakwah
Universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Telah melakukan penelitian di perusahaan kami PT.ADiTV selama 1 bulan mulai
24 April 2013 – 24 Mei 2013 dengan judul **“STRATEGI KREATIF PRODUSER
PROGRAM TAMU ISTIMEWA DI STASIUN ADiTV”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 24 Mei 2013



ADiTV
PENCERAHAN BAGI SEMUA

Aji Aminudin Hidayat, SE.
HR Departement