

**ANALISIS STRATEGI KREATIF TAYANGAN PROGRAM ACARA
JAKARTA SOCIALITE DI ENEWS TV**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menempuh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Universitas Pakuan Bogor**

DENI SUHERMAN

0441 15 053



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Deni Suherman

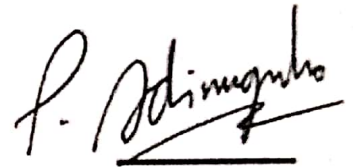
NPM : 0441 15 053

Judul : Analisis Strategi Kreatif Tayangan Program Acara
Jakarta *Socialite* di Inews TV.

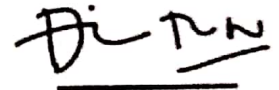
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom
NIP : 1. 0616 049 760



Pembimbing 2 : Dr. David Rizar Nugroho S.S. M. Si
NIP : 1. 0909 048 541



Pembaca : Dini Valdiani, M. Si
NIP : 1. 1110 033 517



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Oleh

Dekan Fakultas



Dr. Agnes Setyowati, M. Hum



Ketua Program Studi



Muslim, M.Si

NIP : 1 0000 048 513

ABSTRAK

DENI SUHERMAN, 0441 15 053, 2019. Analisis Strategi Kreatif Tayangan Program Acara Jakarta Socialite di Inews TV. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Prasetyo Adinugroho dan David Rizar Nugroho.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dilakukan program acara Jakarta *Socialite* dalam upaya mempertahankan eksistensi program acaranya di stasiun Inews TV. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, maka penulis memilih narasumber yaitu produser program acara Jakarta *Socialite* sebagai *key informan* dan kreatif program acara Jakarta *Socialite* sebagai *informan*, serta diperkuat narasumber dari produser NET TV. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena penelitian dibutuhkan observasi di lapangan, dan melakukan wawancara kepada narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini untuk mendapatkan data yang valid dengan mengembangkan teori 13 elemen strategi kreatif dengan menjadikan program Jakarta *Socialite* sebagai objek penelitian, sedangkan produser dan kreatif program Jakarta *Socialite* yaitu Herdy Surya dan Rachma Djumri yang menjadi subjek untuk dijadikan narasumber utama dengan melengkapi data penelitian. Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Naratama pada bukunya tahun 2013, yang berjudul *Menjadi Sutradara Televisi Single dan Multicamera*. Teori yang digunakan ialah 13 elemen strategi kreatif yaitu target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick and funfare*, *clip hanger*, *tune and bumper*, penataan artistik, *music and fashion*, ritme dan birama acara, logo *music track* untuk *id tune*, *general rehearsal*, dan *interactive* program. Hasil analisis dari penelitian yang telah penulis lakukan ini menunjukkan bahwa wawancara dan temuan di lapangan, 13 elemen strategi kreatif produksi program acara (Naratama, 2013) yang menjadi perhatian khusus pada program acara Jakarta *Socialite* adalah bahasa naskah, format acara, *clip hanger*, *tune and bumper*, *music and fashion*, dan logo *music track* untuk *id tune*. Selain itu ada strategi lain dari tim produksi program acara Jakarta *Socialite* yaitu pemilihan tema dan narasumber pada setiap episodenya.

Kata Kunci: Program Acara Jakarta Socialite, Strategi, Tim Produksi program acara Jakarta Socialite, Strategi Kreatif.