

**STRATEGI KREATIF PRODUSER FREMANTLE DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM ACARA “TAKE ME  
OUT INDONESIA”**

**SKRIPSI**

**EMAN SULAEMAN**

**0441 16 438**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR  
JULI 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Eman Sulaeman

NPM : 0441 16 438

Judul : Strategi Kreatif Produser Fremantle Dalam Mempertahankan Ek-sistensi Pada Program “Take Me Out Indonesia”

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima se-bagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu So-sial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom.  
NIP. 1.0616 049 760

Pembimbing 2 : Wiranta Yudha Ginting, M.A.  
NIP. 1. 0616 049 758

Pembaca : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si.  
NIP. 1.0641 025 628



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 27 Juli 2020

Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Budaya,



Dr. Henny Suharyati, M.A.  
NIP. 1.9.600671990092001



Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn.  
NIP. 1.0113 001 607

## ABSTRAK

**EMAN SULAEMAN. 2020. Strategi Kreatif Produser Fremantle Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Acara “Take Me Out Indonesia”.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Prasetyo Adi Nugroho, M .I.Kom. dan Wiranta Yudha Ginting, M .A.**

Strategi kreatif produser dalam produksi program acara merupakan sebuah trik untuk mengembangkan kreativitas atau ide-ide yang diperlukan untuk penyutradaaan *single camera* ataupun *multi-camera*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program acara Take Me Out Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep 13 elemen strategi kreatif menurut Naratama meliputi target penonton, bahasa naskah, format acara, *punch line*, *gimmick*, *clip hanger*, *tune and bumper*, penataan artistik, *music and fashion*, ritme dan birama acara, *logo and music track*, *general rehearsal* dan *interactive program*. Penelitian ini dilaksanakan di kantor Fremantle di Jl. Barito 2 No. 3 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, terhitung dari bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2020. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara penelitian ini menggunakan produser program acara Take Me Out Indonesia sebagai *key informan* dan koordinator konten program acara Take Me Out sebagai informan. Triangulasi pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Take Me Out Indonesia adalah program acara *reality show* yang berbentuk *dating show* memiliki 4 segmen, dengan menampilkan 30 wanita cantik yang siap untuk memilih dan dipilih sebagai pasangan. Take Me Out Indonesia mempunyai strategi khusus untuk dapat mempertahankan eksistensi programnya, yaitu dengan menerapkan konsep strategi kreatif produksi acara televisi. Take Me Out Indonesia adalah program *reality show* yang mempunyai ciri khas sendiri yaitu membuat konsep dan konten berbeda dengan *reality show* lainnya. Elemen yang memperkuat strategi dalam mempertahankan eksistensi program acara Take Me Out Indonesia adalah *gimmick*. *Gimmick* pada program Take Me Out Indonesia sangat berperan penting dalam mengendalikan suasana di setiap episode dan segmen, *gimmick* mampu membuat program acara menjadi sukses dan disukai banyak penonton. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program acara Take Me Out Indonesia menerapkan strategi kreatif produksi acara televisi yang terdiri 13 elemen strategi kreatif dan membuat program acara tersebut bertahan selama 10 tahun.

**kata kunci:** *eksistensi, fremantle, produser, strategi, take me out indonesia.*