

SKRIPSI

SKEMA MAGANG (*INTERNSHIP*)

**STRATEGI KOMUNIKASI TIM KREATIF DALAM
MENAMPILKAN CITRA ANAK MUDA PADA PROGRAM
ACARA TALKCATION RBTV YOGYAKARTA PERIODE
MBKM TAHUN 2022**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Noer Aisyah Rachmawati

Dosen Pembimbing :

Novita Ika Purnamasari S.I.Kom.,M.A.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA MAGANG
STRATEGI KOMUNIKASI TIM KREATIF RUMAH KREATIF MEDIA
DALAM MENAMPILKAN CITRA ANAK MUDA PADA PROGRAM
ACARA TALKCATION RBTV

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

Noer Alsyah Rachmawati

19.96.1601

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Novita Ika Purnamasari S.I.Kom., M.A.

(NIK. 190302521)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom

NIK. 190302125



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng

NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	Noer Aisyah Rachmawati
NIM	19.96.1601
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas	Universitas Anikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya ini maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 12 November 2022

Yang Memberikan Pernyataan:



Noer Aisyah Rachmawati

NIM 19.96.1601

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, saya panjatkan puji syukur kehadiran-Nya yang berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya membantu penyusun dalam menyelesaikan penulisan Skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, dengan skema *internship* berjudul “Strategi Komunikasi Tim Kreatif Dalam Menampilkan Citra Anak Muda Pada Program Acara TalkCation RBTV”.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Wali Penulis selama masa perkuliahan, terima kasih atas bimbingan selama penulis menempuh perkuliahan.
5. Ibu Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan dalam membantu penyusun menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih dan mohon maaf apabila ada kesalahan yang dilakukan oleh penulis selama ini.
6. Tim Dosen Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Program TalkCation yang telah memberikan wejangan dan arahan yakni Ibu Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom dan Ibu Kartika Yudaningsar, S.I.Kom., M.A.

7. Ibu Sunar Handari, Spd selaku supervisor produser program RBTB dan Bapak Subkhan Agus Santoso, Amd yang telah membantu memberikan arahan selama proses produksi program acara TalkCation dan memberikan izin penelitian kepada penulis.
8. Rumah Kreatif Media *Squad* yang telah bekerja sama bersama selama ini, Satya Putra Ariyanto, Salsabila Audrey Puspitasari, Iqbal Syahrizal, Daffa Adindra, Rafiq Al Azis, Andrian Firmansyah, Rizky Berkah Aji, Wildan Taruna dan Dena yang selama ini telah berusaha bersama dalam pembuatan episode per episode TalkCation agar dapat dinikmati dengan baik. Khususnya Tim Kreatif TalkCation 4.0 yang selama ini telah bekerja keras bersama siang dan malam untuk membahas pembaruan bagi TalkCation.
9. Salsabila Audrey yang selama produksi TalkCation telah menjadi *partner* saya kesana kemari untuk kebutuhan kelompok, semoga lancar mengerjakan skripsinya.
10. Ayahanda (Alm) R. Wahyu Waspodo dan Ibu Rr. Susi Indriyani yang telah menjadi *support system* penulis, serta memberi penulis kesempatan untuk mengenyam bangku kuliah hingga mampu menyelesaikan studi hingga saat ini.
11. Kakak saya, Dinar Wahyu Kuncoro yang telah memberikan bantuan secara materi dan moril kepada penulis selama ini sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
12. Sahabat – sahabat saya yakni Dwitik, Wulin, Almiranda, dan teman – teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan selama ini.
13. Albita sebagai teman yang menemani saya selama merantau dan menjadi teman bertukar pikiran sejak awal kuliah.
14. Teman-teman kelas Ilmu Komunikasi 9 yang telah menjadi teman penulis selama berkuliah dan memberikan banyak dukungan bagi penulis, sayang sekali kita tidak banyak bertemu secara langsung karena pandemi, *see you*

on top guys!

Meskipun penyusun telah menyusun skripsi ini dengan semaksimal mungkin, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan. Maka dari itu, izinkan penyusun memohon maaf sebesar-besarnya atas kekurangan dan keterbatasan penelitian ini, serta penyusun menerima masukan yang membangun secara terbuka untuk membangun penulis menjadi lebih baik di masa mendatang.

Akhir kata, penyusun berharap agar skripsi ini dapat memberikan dampak dan manfaat bagi pembaca, serta dapat membantu dunia pertelevisian Indonesia menjadi lebih maju dari saat ini, serta memberikan sumbangan bagi disiplin ilmu yang dipelajari penyusun agar mampu membawa perubahan bagi semua pihak, baik internal Universitas Amikom Yogyakarta maupun Indonesia.

Yogyakarta, 12 November 2022

Penulis



Noer Aisyah Rachmawati

NIM : 19.96.1601

DAFTAR ISI

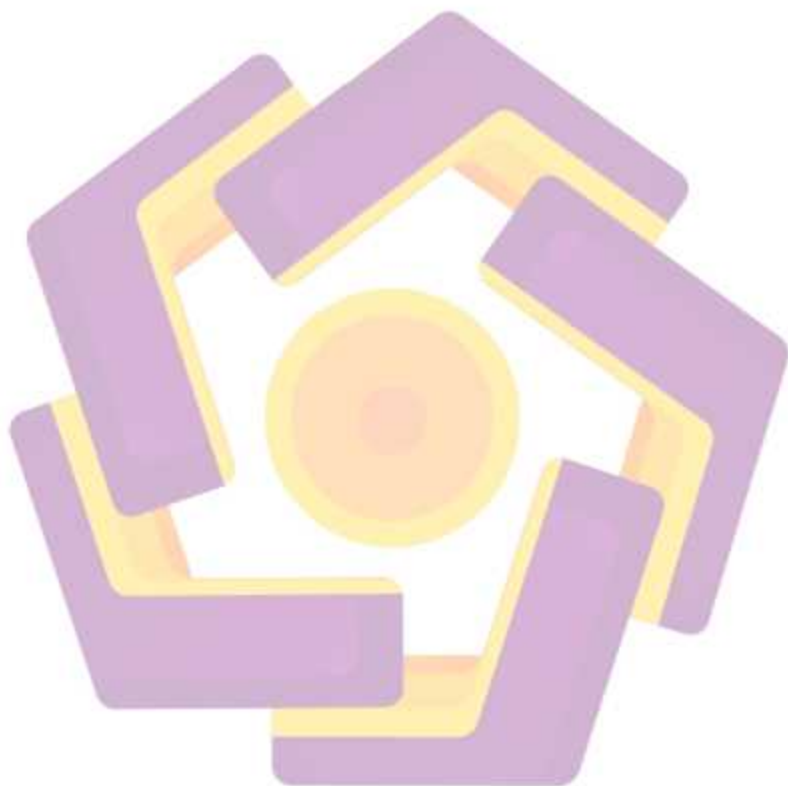
LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I	1
LATAR BELAKANG	11
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
BAB IV	33
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
BAB V	87
SIMPULAN DAN SARAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Rating Televisi Periode 2019 - 2022.....	1
Gambar 1.2 Tingkat penetrasi internet di Indonesia.....	2
Gambar 3.1 Logo Institusi Magang	28
Gambar 3.2 Logo TalkCation RBTv.....	31
Gambar 4.1 Key Informan 1	34
Gambar 4.2 Key Informan 2	34
Gambar 4.3 Key Informan 3	35
Gambar 4.4 Brainstorming Tim Produksi Pertama	38
Gambar 4.5 Konsultasi Tim Kreatif Dengan RBTv.....	39
Gambar 4.6 Diskusi Bersama Calon Narasumber.....	42
Gambar 4.7 Set Lokasi TalkCation Baru.....	48
Gambar 4.8 Gambar Bagan Model Assifi dan French.....	51
Gambar 4.9 Style Host TalkCation.....	55
Gambar 4.10 Naskah Cue Card.....	63
Gambar 4.11 Pretesting Communication Media.....	68
Gambar 4.12 Proses Penyusunan Set Lokasi.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	11
Tabel 4.1.....	66
Tabel 4.2.....	79



ABSTRAK

TalkCation merupakan sebuah program acara kerjasama antara stasiun televisi RBTV Yogyakarta dengan Universitas Amikom Yogyakarta. Program ini mengusung tema edukasi yang dibalut dengan gaya anak muda agar dapat bersaing dengan stasiun televisi lainnya, terlebih disaat generasi muda kini mendominasi di Indonesia. Industri televisi merupakan industri yang dinamis, dimana kreativitas menjadi hal terpenting untuk menciptakan daya tarik kepada program yang dibuat. Memunculkan kreativitas sendiri membutuhkan waktu agar otak terbiasa untuk dipacu menghasilkan ide – ide menarik, sehingga dibutuhkan divisi khusus untuk mewedahi ide-ide menarik yakni tim kreatif. Meskipun begitu, bukan perkara mudah untuk menciptakan program yang menarik, apalagi disaat televisi mulai kehilangan pamornya di kalangan generasi muda.

Melihat permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian terkait Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh tim kreatif dalam mengemas *TalkCation* musim terbaru agar dapat menarik minat anak muda dalam menontonnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menampilkan citra anak muda pada program *TalkCation*. Menggunakan konsep unsur dan ruang kreatif oleh Rusman Latief dan Yustiatie Utud, serta mengkaji penerapan teori Strategi Komunikasi pada penyusunan strategi komunikasi tim kreatif, peneliti melakukan penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data sendiri menggunakan metode triangulasi data, yaitu observasi, wawancara serta dokumentasi.

Hasil temuan yang didapatkan antara lain strategi komunikasi tim kreatif *TalkCation* rupanya menerapkan tahapan strategi komunikasi dalam model Assify dan French. Selain itu, citra anak muda yang diterapkan melalui pengemasan program dan kerjasama antara tim kreatif dan tim media dan humas rupanya cukup efektif dalam menarik minat penonton untuk menonton program acara *TalkCation*.

Kata Kunci : *TalkCation*, Strategi Komunikasi, Tim Kreatif, Citra

ABSTRACT

TalkCation is a collaborative program between Amikom University and television company, RBTV Yogyakarta. This program showing informative and educational contents, wrapped with youth style so they can compete with other television program, especially when the young generation nowadays are dominating in Indonesia. The television industry itself consider as dynamic industry, where creativity is the most important thing to attract the audience interest towards the television program. However, to create such as a good idea and creativity for television program itself is not an easy thing and takes time, so that the brain gets used and adapted to stimulated and producing creative ideas. Therefore, it needs a special division to provided an interesting idea, which is creative team. Still, is not an easy job to create interesting program while the young generation interest towards television itself starting to luge.

In order to solve that problem, author conducted a research related to Strategic Communication carried by the creative team in order to make and create the new TalkCation season, so that they could attract the attention from young audience. One of the strategy that the creative team implements towards the program is applying the youth image for TalkCation, using the concept and elements of Creative by Rusman Latief and Yustiatie Utud, which include the application of Strategic Communication theory to the preparation process behind the production of TalkCation. Author itself conducted this research using a qualitative descriptive approach, while the data collection technique itself using the triangulation methods, that is observation, interviews, and documentation.

Based on the research result, the strategic communication applied by creative team of TalkCation are applied the stages of stratefic planning from Assify and French models. Also, it appears that the youth images that applied through the social media branding and program packaging, and the collaboration between the creative team and the media and public relations team seems to be quite works effective in order to attract the young audience interest to watching TalkCation programs.

Key Words : *TalkCation, Strategic Communication, Creative Team, Image*