

# **SKRIPSI**

## **SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL CONTEN CREATOR***

### **STRATEGI KREATIF PRODUSER PADA PROGRAM ACARA TALKSHOW KUPING PANAS EDISI INSPIRATIF DISKOMINFO KLATEN**

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



**Oleh :**

Bella Tri Lakana / 18.96.0609

**Dosen Pembimbing:**

**Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKEMA ARTIS *AUDIO VISUAL*  
*CONTENT CREATOR*


STRATEGI KREATIF PRODUSER PADA PROGRAM ACARA *TALKSHOW*  
KUPING PANAS EDISI INSPIRATIF DISKOMINFO KLATEN

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

Diajukan oleh:

**Bella Tri Laksana**  
18.96.0609

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

  
Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom

(NIK. 190302316)

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom  
NIK. 190302125

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng  
NIK. 190302107

# SURAT PERNYATAAN

## SURAT PERNYATAAN LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Bella Tri Laksana  
NIM : 18.96.0609  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom 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 lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

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

Yogyakarta, 22 Desember 2023



Bella Tri Laksana  
NIM 18.96.0609

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

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 Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A selaku Dosen Pembimbing yang selalu terbuka dalam melakukan bimbingan tugas akhir, memberikan motivasi, arahan dan dorongan.
5. Kepada kedua Orang Tua Bapak Juara dan Ibu Kustin Suryani yang selama ini membimbing dan membiayai saya dari kecil hingga sekarang.
6. Kepada seluruh keluarga tersayang yang telah senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Kepada pihak Khayangan Resort yang telah memberikan ijin untuk melakukan Tugas Akhir.
8. Kepada Khaterine Jane Yasmine selaku pasangan saya yang selalu menemani dan selalu membantu serta support dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Teman – teman dekat saya dari kelas Ilmu Komunikasi 04 angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas support dan juga kebersamaanya selama masa kuliah.
10. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, yang telah tulus dan ikhlas membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 22 Desember 2022



Bella Tri Laksana

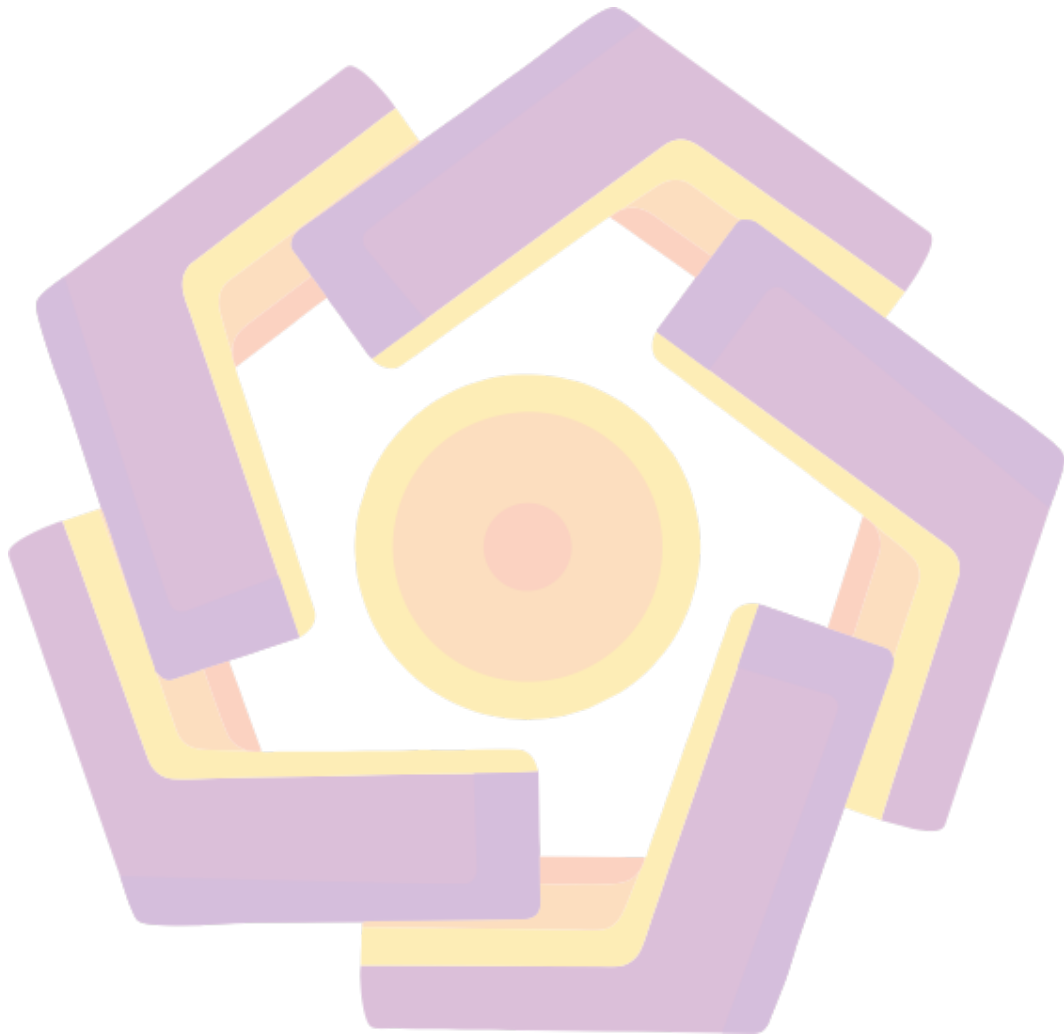
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>x</b>
<b><i>Abstract</i> .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>12</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Manfaat .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>17</b>
<b>KERANGKA KONSEP.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Kajian terdahulu.....</b>	<b>17</b>
2.1.1 Refrensi Jurnal .....	17
2.1.2 Reverensi Konsep Ide Karya.....	18
<b>2.2 Landasan Teori .....</b>	<b>21</b>
2.2.1 Strategi Kreatif .....	21
2.2.2 Tinjauan tentang strategi kreatif produksi program acara <i>Talkshow</i> ...	22
2.2.3 Program acara <i>talkshow</i> .....	25

2.2.4 <i>Treatment</i> .....	26
2.2.5 STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) .....	27
2.2.6 Produser .....	28
2.2.7 Manajemen Produksi Program Acara .....	28
<b>BAB III</b> .....	<b>36</b>
<b>RENCANA PERANCANGAN</b> .....	<b>36</b>
<b>3.1 Gambaran Rancangan Karya</b> .....	<b>36</b>
3.1.1 Judul <i>Content</i> dan Kategori <i>Content</i> .....	36
3.1.2 Format <i>Content</i> Dan Media.....	36
3.1.3 <i>Volume content</i> .....	37
3.1.4 Target audiensi.....	39
<b>BAB IV</b> .....	<b>43</b>
<b>ULASAN KARYA PERANCANGAN</b> .....	<b>43</b>
<b>4.1 Deskripsi Karya</b> .....	<b>43</b>
<b>4.2 Uraian Proses Produksi</b> .....	<b>51</b>
4.2.1 Pra Produksi .....	51
4.2.2 Produksi .....	53
4.2.3 Pasca Produksi .....	54
<b>4.2 Kendala dan Pemecahan Masalah</b> .....	<b>54</b>
4.2.1 Kendala.....	54
4.3.2 Pemecahan Masalah .....	55
<b>BAB V</b> .....	<b>57</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>57</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

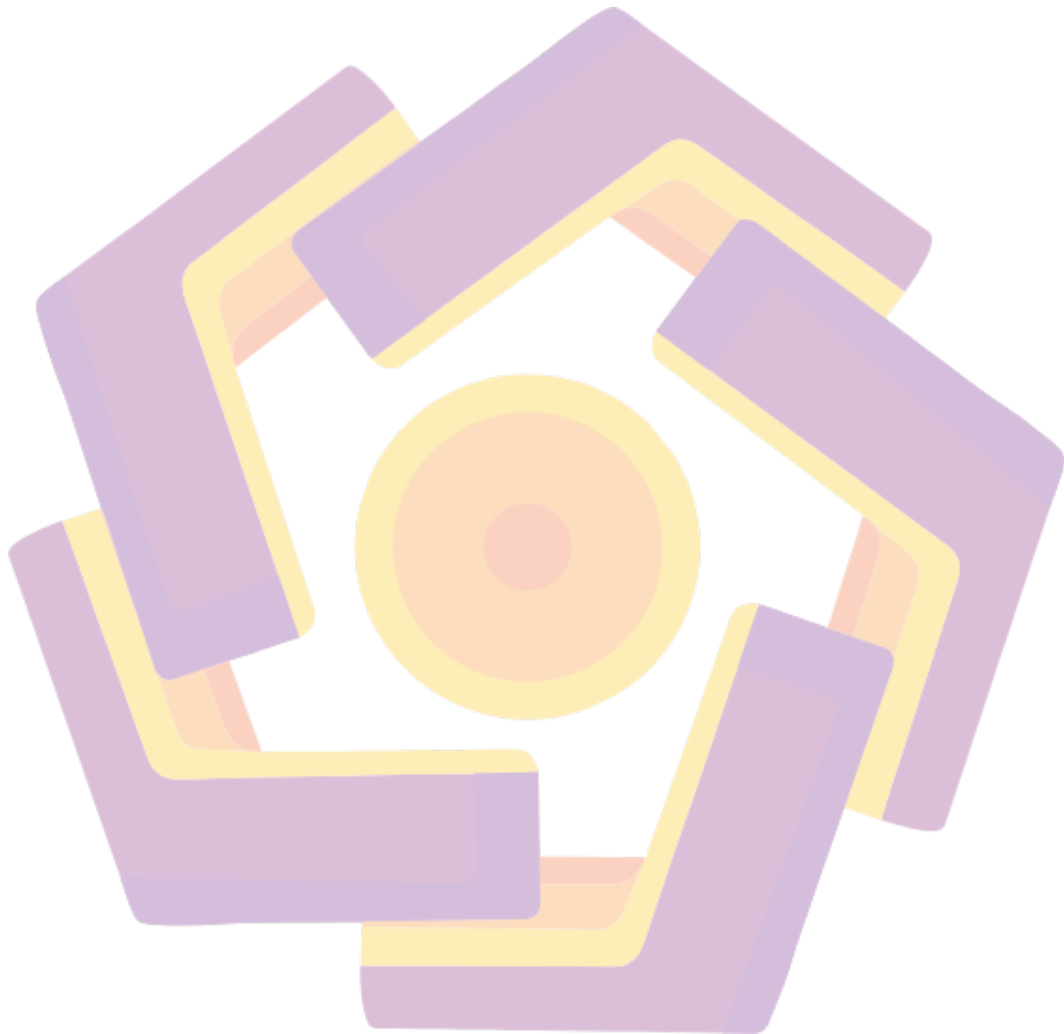
Tabel 2.1.1: Penelitian Yang Relevan.....	17
Tabel 3.2.1: Ide Dan Konsep.....	42





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.2.1: Referensi <i>Talkshow</i> .....	19
Gambar 2.1.2.2: Referensi <i>Talkshow</i> .....	20
Gambar 4.2.1.1: Ilustrasi Set Studio .....	52



## Abstrak

Acara “kumpulan info penting yang lagi panas” atau yang di singkat “Kuping Panas” adalah acara *talkshow* produksi Diskominfo Klaten yang dibuat untuk tujuan memberikan informasi kepada masyarakat tentang berita baru yang sedang berkembang di wilayah Klaten. Acara ini masih tergolong baru karena pembuatan pertamanya dilakukan mulai Mei 2020. Masih banyak perkembangan yang bisa dilakukan untuk memaksimalkan acara ini. Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu apa saja yang masih bisa dikembangkan dalam acara “Kuping Panas” dan mempraktekan secara langsung bagaimana perkembangan dilakukan agar mencapai hasil maksimal.

Penelitian dilakukan dengan cara praktek observasi langsung pada saat pra produksi, produksi, dan pasca produksi acara Kuping Panas pada edisi terbaru tamu inspiratif. Data yang diperoleh berwujud laporan yang disusun dari mulai pembuatan konsep edisi tamu inspiratif, rencana pelaksanaan, pelaksanaan, dan hasil produksi. Metode analisa dilakukan dengan cara menghimpun data yang diperoleh lalu menyimpulkan secara objektif apa saja yang terjadi pada produksi acara.

Hasil kesimpulan pada penelitian berisi tentang bagaimana strategi kreatif dijalankan dengan menyesuaikan keperluan pasar. Dengan meriset target pasar penulis membuat strategi kreatif agar *talkshow* bisa lebih diterima dan menarik perhatian pasar. Memiliki konsep yang lebih tertata dan tema yang lebih jelas. Mengoptimalkan pesan melalui perbaikan penyampaian visual dan verbal agar tersampaikan secara efektif, informatif dan komunikatif.

**Kata Kunci** : kuping panas, *segmenting*, *targeting*, *positioning*, *talkshow*, strategi kreatif

## **Abstract**

*Program “Kumpulan Info Penting yang Lagi Panas” or abbreviated as “Kuping Panas” is a talk show produced by Diskominfo Klaten which was created for the purpose of providing information to the public about new news that is developing in the Klaten area. This event is still relatively new because the first production was carried out starting in May 2020. There are still many developments that can be done to maximize this event. This research was conducted to find out what can be developed in a “Kuping Panas” event and to practice directly how development is carried out in order to achieve maximum results.*

*The research was conducted by means of direct observation during pre-production, production, and post-production. The data obtained are in the form of reports compiled from plans, implementation, and results in making an “kuping Panas Edisi Tamu Inspiratif” event. The analysis method is carried out by collecting the data obtained and then concluding objectively what is happening in the production of the event.*

*The results of the conclusions in the study contain how creative strategies are carried out by adjusting market needs. By researching the target market, the author creates a creative strategy so that talk shows can be more acceptable and attract market attention. Have a more organized concept and a clearer theme. Optimizing messages through improving visual and verbal delivery so that they are conveyed effectively, informative and communicative.*

**Key words:** *hot ears, segmenting, targeting, positioning, talk shows, creative strategies*