

**ANALISIS MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA CERITA
INDONESIA PADA KANAL YOUTUBE DGD INDONESIA
(Studi Kasus : PT. Aseli Dagadu Djokdja)**

SKRIPSI



disusun oleh :

Achmad Chalifatulloh

17.96.0339

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA CERITA
INDONESIA PADA KANAL YOUTUBE DGD INDONESIA
(Studi Kasus : PT. Aseli Dagadu Djokdja)**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh :

Achmad Chalifatulloh

17.96.0339

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA CERITA INDONESIA PADA KANAL YOUTUBE DGD INDONESIA

(Studi Kasus: PT. Aseli Dagadu Djokdja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Achmad Chalifatulloh

17.96.0339

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Agustus 2021

Dosen Pembimbing



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302435

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA CERITA INDONESIA PADA KANAL YOUTUBE DGD INDONESIA

(Studi Kasus: PT. Aseli Dagadu Djokdja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Achmad Chalifatulloh

17.96.0339

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 18 April 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom., M.A

NIK.190302435

Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom

NIK.190302436

Kartika Yudaninggar, S.I.Kom., M.A

NIK.190302444



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 22 April 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI SOSIAL

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

NIK.190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Maret 2022



Achmad Chalifatulloh
17.96.0339

ABSTRAK

Achmad Chalifatulloh

Analisis Manajemen Produksi Pada Program Acara Cerita Indonesia di Kanal YouTube DGD Indonesia

(Studi Kasus PT. Aseli Dagadu Djokdja)

Perkembangan teknologi mengubah pola komunikasi menjadi lebih mudah, kita dapat mengakses informasi yang ada di seluruh belahan dunia dengan cepat dan aktual. media sosial juga memberikan kemudahan sebagai media pemasaran dengan membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya ke jangkauan yang lebih luas. YouTube dengan jumlah pengguna terbanyak diseluruh dunia menawarkan konten video sebagai konten unggulannya. Namun masih banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya beradaptasi di era digital saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen produksi program acara Cerita Indonesia guna membangun citra merek DGD Indonesia. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka yang relevan dengan penelitian ini. validitas data yang penulis gunakan yaitu triangulasi data atau sumber, yaitu membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa PT. Aseli Dagadu Djokdja walau diliputi dengan keterbatasan anggaran dan tenaga, mampu menghasilkan sebuah program acara yang menarik dan memiliki *value* lebih, melalui proses manajemen produksi yang dipersiapkan dan dikerjakan dengan persiapan yang matang.

Kata kunci : YouTube; manajemen produksi; program acara

ABSTRACT

Achmad Chalifatulloh

***Production Management Analysis on the Cerita Indonesia Program on the DGD Indonesia YouTube Channel
(Case Study of PT. Aseli Dagadu Djokdja)***

Technological developments change communication patterns to be easier, we can access information in all parts of the world quickly and in real time. Social media also provides convenience as a marketing medium by opening up opportunities for businessmen to market their products to a wider range. YouTube with the largest number of users around the world offers video content as its superior content. However, there are still many business actors who have not fully adapted to the current digital era.

This study aims to find out how the production management process of the Cerita Indonesia program is to build the brand image of DGD Indonesia. This type of research uses descriptive qualitative with a case study approach. Methods of data collection using interviews, observation, and literature study relevant to this research. The validity of the data that the author uses is triangulation of data or sources, which is to compare the degree of trust in an information obtained through different sources.

The results of this study indicate that PT. Aseli Dagadu Djokdja, despite his limited budget and manpower, was able to produce an interesting program with added value, through a production management process that was prepared and carried out with careful preparation.

Keywords: YouTube; production management; event program

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunianya yang tidak pernah putus kepada seluruh makhluk-Nya. Serta memberikan kesehatan dan inspirasi sehingga penulis dan menuangkan setiap ide dan gagasan dalam menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “Analisis Manajemen Produksi Program Acara Cerita Indonesia Pada Kanal YouTube DGD Indonesia” guna sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Sholawat serta salam senantiasa penulis junjungkan dan curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari jalan kesesatan menuju jalan kebenaran.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan karya ini dengan baik. Semua berkat bimbingan, arahan, motivasi dan masukan dari semua pihak yang diberikan oleh Allah SWT kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan banyak terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.

4. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak mengarahkan, membimbing dan masukannya kepada penulis di sela-sela kesibukan dan aktivitas beliau.
5. Agra Locita Paramita,S.Sn,M.Sn selaku *Marketing & Brand Development* PT.Aseli Dagadu Djokdja.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Sosial, serta semua dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
7. Kepada orang tua dan kakak penulis sangat penulis sayangi, atas berkat motivasi, kasih sayang dan do'anya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan kasih sayangnya kepada orang tua dan kakak penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga penulis mengharap segala kerendahan hati dan kritik sarannya apabila terdapat kesalahan di penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca serta dapat mengambil ilmu yang terkandung di dalamnya

Yogyakarta, 7 Maret 2022

Penulis



Achmad Chalifatulloh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	II
LEMBAR PERSETUJUAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Manajemen Produksi.....	13
2.2.2 Unsur-unsur Manajemen.....	14
2.2.3 Fungsi-fungsi Manajemen.....	17
2.2.4 Tahap-tahap Produksi.....	19
2.2.5 Membangun <i>Brand Image</i>	23
2.3 Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.1.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.2 Metode Penelitian.....	28

3.1.3	Paradigma Penelitian	29
3.2	Objek Penelitian	30
3.2.1	Profil Perusahaan	30
3.2.2	Visi dan Misi Perusahaan	34
3.2.3	<i>Sister Brand</i> Dagadu	35
3.3	Subjek Penelitian	36
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	38
3.4.1	Jenis Data	38
3.4.2	Sumber Data	38
3.4.3	Kriteria Narasumber	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Teknik Analisa Data	42
3.7	Validitas Data	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Umum Narasumber	47
4.1.2	Manajemen Produksi Pada Program Cerita Indonesia	49
4.2	Pembahasan	65
4.2.1	Analisa Program Acara Cerita Indonesia dalam Membangun Citra <i>Brand DGD Indonesia</i>	65
4.2.2	Analisa Manajemen Produksi Program Acara Cerita Indonesia	69
BAB V	PENUTUP	73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Kerangka Berpikir.....	25
Tabel 3.1 Gerai Milik PT. Aseli Dagadu Djokdja	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1.2 Data Penggunaan Video Sebagai Media Pemasaran	5
Gambar 1.3 Indeks Kesiapan UMKM Dalam Digitalisasi.....	6
Gambar 3.1 Logo Dagadu Djokdja.....	31
Gambar 3.2 Logo Dagadu Djokdja Versi Lama	32
Gambar 3.3 Triangulasi Sumber	45
Gambar 4.1 Proses <i>Brainstorming</i> Program Acara Cerita Indonesia	51
Gambar 4.2 Dokumentasi Proses Survey Lokasi dan Narasumber	52
Gambar 4.3 Proses <i>Brainstorming</i> Teknis Sebelum Memulai Produksi.....	56
Gambar 4.4 Pembawa Acara Saat Membawakan Cerita Indonesia.....	59
Gambar 4.5 Proses Pengambilan Gambar	60
Gambar 4.6 Asisten Produser Membantu Tugas Kamerawan.....	62
Gambar 4.7 <i>Preview</i> dan Evaluasi Bersama Pihak Internal Perusahaan	64
Gambar 4.8 Skema Proses <i>Design Thinking</i>	67