

ABSTRAK

Pergantian program televisi saat ini tidak dapat dipungkiri sangat cepat. Perubahan tren dan kebutuhan penonton juga membuat stasiun televisi tidak hanya televisi swasta televisi lokal pun harus meningkatkan konten program acara agar mampu bertahan lama dan dapat memenuhi kebutuhan penonton. Program yang tidak mampu mempertahankan rating akan langsung digantikan dengan program baru. Namun, ADiTV sebagai sebuah televisi lokal Yogyakarta memiliki program yang mampu bertahan dari tahun 2013 hingga saat ini, yaitu program Wedang Ronde yang mengangkat mengenai konten lokal dan sudah memproduksi lebih dari 470 episode. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi kreatif yang digunakan produser pada program Wedang Ronde di PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV) untuk mempertahankan eksistensi program. Penelitian ini menggunakan teori 13 Strategi Kreatif Naratama yang digunakan pada tahapan Pra produksi, Produksi dan Pasca produksi. Penelitian ini adalah Penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kreatif yang digunakan produser lebih menonjolkan pada aspek keautentikan. Dengan mempertahankan keaslian dari program Wedang Ronde. Namun ada beberapa strategi yang disesuaikan dengan kondisi saat ini. Misalkan dengan mengangkat tema yang berbeda – beda pada setiap episodenya disesuaikan dengan isu yang sedang hangat diperbincangkan.

Kata Kunci : Strategi Kreatif, Produser, Eksistensi Program, Konten Lokal, Autentik

ABSTRACT

The change of television programs today is undeniably very fast. Changes in trends and audience needs also make television stations, not only private television, local television, also have to improve the content of program programs so that they can last a long time and can meet the needs of the audience. Programs that are unable to maintain ratings will be immediately replaced with new programs. However, ADiTV as a local television Yogyakarta has a program that has survived from 2013 to the present, namely the Wedang Ronde program which raises local content and has produced more than 470 episodes. The purpose of this study is to describe and analyze the creative strategies used by producers in the Wedang Ronde program at PT. Direction of World Television (ADiTV) to maintain the existence of programs. This research uses the theory of 13 Naratama Creative Strategies used in the Pre-production, Production and Post-production stages. This research is a descriptive research with qualitative data. Data collection techniques in this study used interview, observation and documentation techniques. The results of this study show that the creative strategy used by producers emphasizes more on the aspect of authenticity. By maintaining the authenticity of the Wedang Ronde program. However, there are some strategies that are adapted to current conditions. For example, by raising different themes in each episode adjusted to the issues that are currently being discussed.

Keywords : Creative Strategy, Producer, Existence of the program, Local Content, Authentic