

Penelitian ini berjudul Analisis Strategi Manajemen Program Acara “Waktunya Kita Sahur” di P.T Televisi dan Transformasi Indonesia (Trans TV). Penelitian ini dilakukan pada Tim Kreatif program acara “Waktunya Kita Sahur” yang merupakan program unggulan di bulan Ramadhan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan produser dan beberapa kreatif serta observasi terhadap pelaksanaan program acara “Waktunya Kita Sahur”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan meneliti strategi manajemen program acara “Waktunya Kita Sahur” dan mengkritisi tentang isi serta konten acara tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif yaitu penelitian yang bersifat memberi gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Strategi Manajemen Program Acara “Waktunya Kita Sahur” sudah memenuhi kriteria dari kerangka pemikiran menurut Morrison. Kendala yang dihadapi oleh para tim kreatif program “Waktunya Kita Sahur” dari para artis serta bintang tamu yang sering datang terlambat menyebabkan rencana yang sudah disusun tidak sesuai dengan rencana awal. Program acara waktunya kita sahur sudah cukup baik dari segi hiburan, namun dalam pelaksanaannya perlu diperhatikan lagi konten serta hiburan yang akan diberikan harus dipastikan tidak menyinggung siapapun. Saran dari segi manajemen produksi hendaknya produser dan tim kreatif lebih inovatif dalam hal penyajian program acara, selebihnya sudah termasuk standar manajemen penyiaran yang baik.