

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam produksi program televisi, khususnya jenis talk show seperti Kick Andy, memerlukan peran strategis produser dalam menjamin keberlanjutan program di tengah persaingan industri media. Produser memegang tanggung jawab utama untuk mengelola berbagai aspek teknis, operasional, dan kreatif demi menghasilkan tayangan yang berkualitas. Salah satu indikator kesuksesan program adalah rating, yang tidak hanya mencerminkan tingkat apresiasi audiens tetapi juga menjadi faktor penting dalam penentuan keberlangsungan program oleh stasiun televisi. Dalam konteks ini, produser dituntut untuk menerapkan strategi yang komprehensif guna mempertahankan minat dari para audiens.

Salah satu strategi yang menjadi fokus dalam program Kick Andy adalah seleksi narasumber. Narasumber yang dipilih harus memiliki kisah yang unik, inspiratif, dan relevan dengan tema yang diangkat. Proses seleksi ini memerlukan riset mendalam serta pemahaman yang kuat terhadap kebutuhan audiens. Narasumber dengan latar belakang dan cerita yang autentik menjadi kunci untuk menghadirkan episode yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan dampak positif berupa edukasi dan inspirasi. Kualitas narasumber ini, pada gilirannya, berkontribusi langsung terhadap kemampuan program dalam mempertahankan rating.

Selain seleksi narasumber, tantangan lainnya adalah pengemasan topik-topik sensitif. Sebagai program yang kerap membahas isu-isu sosial, seperti hak asasi manusia, diskriminasi, atau stigma dalam masyarakat, Kick Andy memerlukan pendekatan yang cermat dalam menyajikan materi. Produser dituntut untuk memiliki sensitivitas tinggi agar penyampaian isu-isu tersebut tetap objektif, berimbang, dan tidak menimbulkan polemik di kalangan audiens. Kesalahan dalam menyampaikan isu dapat berdampak negatif terhadap citra program dan mengurangi daya tariknya di mata masyarakat.

Lebih jauh, menjaga konsistensi kualitas produksi menjadi tantangan signifikan lainnya. Jadwal produksi yang ketat, dinamika preferensi audiens yang terus berubah, serta persaingan antarprogram memerlukan pengelolaan yang terstruktur dan inovatif. Dalam situasi ini, produser harus mampu mengintegrasikan elemen-elemen kreativitas, manajemen waktu, dan penguasaan teknis untuk menghasilkan episode yang dapat memenuhi ekspektasi audiens sekaligus menjaga daya saing program.

Proses penanganan narasumber dan penyajian topik sensitif ini menunjukkan betapa kompleksnya peran produser dalam program televisi, khususnya di program seperti Kick Andy. Dalam konteks yang lebih luas, media massa memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, hiburan, dan pendidikan kepada khalayak luas. Menurut McQuail (2011), media massa memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens besar secara serentak melalui berbagai platform, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Fungsi utama media massa adalah menyampaikan pesan kepada publik secara sistematis dan terstruktur, dengan tujuan membentuk opini publik, menyebarkan pengetahuan, dan menciptakan kesadaran sosial.

Televisi adalah salah satu bentuk media massa yang menyajikan informasi dalam bentuk audio dan visual. Televisi menggabungkan elemen gambar, suara, dan teks untuk menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih efektif, serta memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat ke berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu televisi menjadi salah satu media paling berpengaruh di dunia. Sebagai alat komunikasi yang terus berkembang, televisi kini tidak hanya terbatas pada siaran langsung melalui perangkat TV tradisional, tetapi juga mencakup platform digital yang dapat diakses melalui internet dan perangkat mobile (Setiawan, 2018).

Sebagai media yang memadukan unsur visual dan auditori, televisi menyajikan berbagai program yang dirancang untuk memenuhi beragam kebutuhan para penonton. Program dalam konteks televisi adalah susunan acara yang diproduksi untuk disajikan kepada penonton dengan tujuan tertentu, baik itu untuk menghibur, mendidik, ataupun memberikan informasi. Setiap program televisi memiliki format, durasi, dan tema tertentu yang disesuaikan dengan target audiens, serta tujuan penyiarannya. jenis-jenis program televisi bervariasi tergantung pada tujuan dan audiens yang ingin dicapai.

Secara umum, program televisi dapat dibagi menjadi beberapa kategori, seperti program berita (news), hiburan (entertainment), edukasi, dan talk show. Program berita mencakup siaran langsung dan laporan investigasi, sementara program hiburan mencakup acara seperti drama, komedi, dan reality show, dan program edukasi biasanya berfokus pada konten yang menginspirasi atau mengajarkan sesuatu, seperti dokumenter atau program anak-anak, dan talk show merupakan kategori program yang memungkinkan penonton untuk mendengarkan percakapan atau diskusi yang dipandu oleh seorang pembawa acara.

Selain itu, pengkategorian program televisi juga mencakup elemen teknis yang digunakan dalam penyajiannya. Setiap genre memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dari yang lain, baik dari segi format penyampaian maupun elemen produksi seperti tata cahaya dan suara. Menurut Fitriana (2022) kategori program televisi dapat dibedakan tidak hanya berdasarkan isi cerita tetapi juga pada elemen teknis seperti editing dan pergerakan kamera yang mempengaruhi suasana yang ingin ditampilkan kepada pemirsa.

Industri televisi di Indonesia mengalami perubahan besar akibat perkembangan teknologi digital dan perubahan preferensi penonton. Dengan meningkatnya konsumsi konten digital melalui platform streaming, produser program khususnya pada program talkshow harus bisa beradaptasi dengan tuntutan untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan berkualitas.

Tantangan produksi ini mencakup persaingan antar stasiun televisi dan tuntutan untuk menghasilkan program yang informatif namun tetap menghibur bagi para penonton. Seiring dengan berjalannya waktu, produksi televisi juga perlu mengatasi keterbatasan sumber daya dan anggaran, terutama untuk mempertahankan kualitas yang tinggi di tengah persaingan yang semakin ketat .

Talk show sendiri adalah sebuah jenis program televisi dimana seorang pembawa acara, atau yang lebih dikenal dengan host mewawancarai narasumber yang biasanya merupakan orang terkenal, ahli, ataupun relevan dengan topik yang dibahas. Talk show sering kali mencakup diskusi mendalam tentang isu-isu tertentu, baik yang bersifat

informatif, edukatif, maupun menghibur. Format ini memberikan kesempatan kepada narasumber untuk berbagi pandangan, pengalaman, dan opini mereka kepada para penonton.

Pada talk show, pembawa acara tidak hanya berperan sebagai fasilitator percakapan, tetapi juga berusaha untuk menciptakan suasana yang santai, menarik, dan interaktif agar audiens dapat terlibat secara emosional.



**Gambar 1.1** Hasil Indeks Kualitas Program Siaran TV

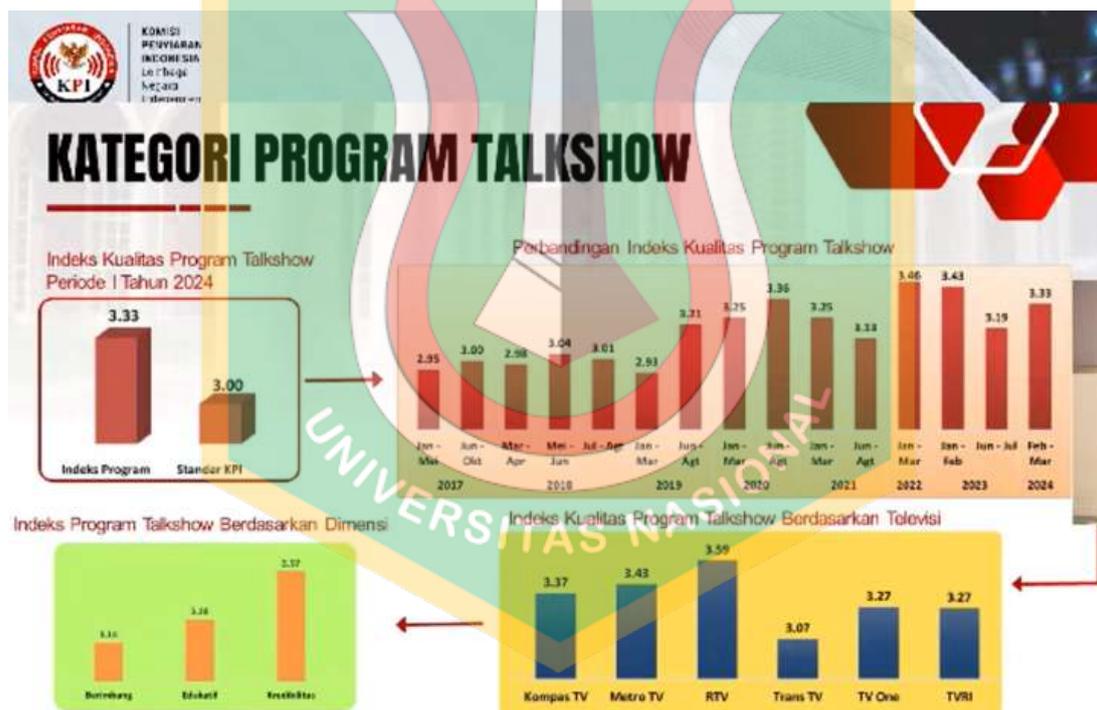
(Sumber : Instagram Komisi Penyiaran Indonesia)

Program talkshow telah menjadi salah satu format acara yang sangat diminati di televisi Indonesia, baik di stasiun TV negeri maupun swasta. Untuk tetap kompetitif dan menarik minat para penontonya, stasiun TV dituntut untuk menghadirkan program talkshow yang inovatif dan berbeda dari pesaingnya. Setiap stasiun TV di Indonesia tentunya memiliki strategi tersendiri dalam menghadirkan program talkshow mereka, menciptakan keragaman konten dan format yang menarik. Mengingat popularitas dan

pengaruh program talkshow, penting bagi industri pertelevisian untuk memahami dan memperhatikan indeks kualitas program talkshow.

Analisis terhadap indeks ini dapat memberikan wawasan mengenai sejauh mana format penyajian, pemilihan topik, kualitas pembawa acara, dan interaksi dengan narasumber berpengaruh terhadap kualitas keseluruhan program talkshow tersebut.

Program talk show yang berkualitas dapat menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan informasi, mendidik masyarakat, dan memfasilitasi dialog tentang isu-isu penting. Oleh karena itu, evaluasi dan peningkatan kualitas program talkshow secara berkelanjutan menjadi aspek krusial dalam lanskap pertelevisian di Indonesia.



**Gambar 1.2 Indeks Kualitas Program Talkshow Periode I Tahun 2024**

(Sumber : Youtube Komisi Penyiaran Indonesia)

Berdasarkan indeks kualitas program yang dirilis oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada Periode I tahun 2024, program talkshow di televisi nasional menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal kualitas konten dan penyajian.

Indeks tersebut mengungkapkan bahwa program talkshow, ditahun 2024 ini meningkat dengan skor 3.33 dari tahun sebelumnya yang memiliki skor 3.19, indeks tersebut berhasil melampaui skor standar yang telah ditetapkan KPI yaitu 3.0 untuk aspek kualitas program. Untuk aspek dimensi, talkshow berhasil mendapatkan skor rata rata diatas 3.0 , dimensi tersebut meliputi berimbang sebanyak 3.14 , edukasi 3,28 , dan yang terakhir kreatifitas sebanyak 3.57, hal tersebut menandakan adanya peningkatan dalam hal pemilihan topik yang relevan, kualitas diskusi, serta keragaman narasumber yang dihadirkan.

Salah satu talkshow yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu Kick Andy. Kick Andy sendiri merupakan sebuah program talk show di Indonesia yang pertama kali tayang pada tahun 2006 di stasiun televisi Metro TV. Program ini tayang setiap hari Minggu pukul 21.05 WIB di Metro TV, dipandu oleh Andy F. Noya, seorang jurnalis dan presenter terkenal. Kick Andy hadir dengan konsep yang berbeda dari kebanyakan talk show lainnya, karena tidak hanya menampilkan selebritas atau hiburan semata, tetapi juga fokus terhadap pada isu-isu kemanusiaan, sosial, dan sosok inspiratif yang jarang diangkat oleh media lainnya,

Pada awalnya, program ini diposisikan sebagai talk show yang menggabungkan elemen edukasi dan hiburan, namun seiring berjalannya waktu, Kick Andy semakin dikenal sebagai program yang menggugah hati dan pikiran penontonnya. Dengan narasi yang kuat, wawancara yang mendalam, dan pendekatan empatik dari Andy F. Noya, program ini berhasil menyampaikan pesan-pesan moral dan nilai-nilai kemanusiaan pada setiap episodenya.

Dibalik keberhasilan dan kesuksesan sebuah program televisi, tentunya terdapat peran penting dari seorang produser. Dimana produser terus bekerja keras untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan menarik untuk setiap episodenya. hal tersebut

tidak luput dari adanya tantangan yang dihadapi produser dalam proses produksi pada program Kick Andy.

Keunikan program Kick Andy terletak pada kemampuannya menghadirkan narasi inspiratif yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mengedukasi dan memotivasi audiens. Program ini telah berhasil membangun reputasi sebagai salah satu tayangan berkualitas yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Namun, kesuksesan tersebut tidak terlepas dari tantangan yang dihadapi tim produksi, khususnya para produser, dalam memastikan setiap episode mampu memenuhi ekspektasi penonton sekaligus mempertahankan kualitas dan rating program.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi produser adalah proses seleksi narasumber. Produser dituntut untuk mengidentifikasi individu yang tidak hanya relevan dengan tema yang diangkat, tetapi juga memiliki kisah inspiratif yang belum banyak diketahui publik. Proses ini memerlukan riset mendalam, analisis yang cermat, dan pengembangan jaringan yang luas guna menemukan narasumber yang memiliki daya tarik dan narasi yang layak diangkat. Selain itu, jadwal produksi yang ketat menuntut kemampuan manajemen waktu yang optimal agar setiap episode dapat diproduksi sesuai standar kualitas yang telah ditetapkan.

Di samping itu, penanganan topik-topik sensitif merupakan tantangan lain yang tidak kalah penting. Program Kick Andy sering kali mengangkat isu-isu yang berpotensi menimbulkan kontroversi, seperti hak asasi manusia, keadilan sosial, dan stigma dalam masyarakat. Dalam menyajikan isu-isu ini, produser harus memiliki kepekaan yang tinggi serta kemampuan untuk mengemas materi secara objektif dan berimbang, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima tanpa menimbulkan kesalahpahaman atau reaksi negatif dari audiens.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, kreativitas menjadi elemen sentral dalam proses produksi. Produser Kick Andy dituntut untuk terus berinovasi, baik dalam penyajian cerita maupun pendekatan naratif yang digunakan. Hal ini mencakup eksplorasi format wawancara yang lebih menarik, penggunaan visualisasi yang mendukung narasi, hingga pengembangan pendekatan personal terhadap topik dan narasumber.

Dengan strategi kreatif ini, program Kick Andy tidak hanya mampu mempertahankan daya tariknya di tengah persaingan industri televisi, tetapi juga meningkatkan loyalitas audiens secara konsisten.

Dalam konteks kreativitas ini, Teori Proses Kreatif yang dikembangkan oleh Graham Wallas menjadi sangat relevan. Wallas, dalam karyanya "The Art of Thought" (1926), menguraikan empat tahap proses kreatif: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Dalam produksi program Kick Andy, tahap persiapan dapat diidentifikasi sebagai fase riset dan pengumpulan informasi. Tahap inkubasi terjadi ketika tim kreatif menunggu ide-ide lebih jelas, iluminasi adalah momen munculnya ide-ide cemerlang, sedangkan verifikasi melibatkan proses pengujian dan penyempurnaan ide-ide tersebut.

Aspek koordinasi tim menjadi elemen penting dalam strategi produser untuk mempertahankan rating program Kick Andy. Proses produksi melibatkan tim produksi yang terdiri dari kameramen, editor, hingga floor director, yang bekerja sama untuk menciptakan tayangan berkualitas tinggi. Sinergi yang harmonis antar tim produksi memastikan kelancaran proses produksi, sehingga kualitas tayangan tetap konsisten dan menarik bagi audiens. Dalam hal ini, produser memegang peran sebagai pemimpin yang bertugas membangun komunikasi yang efektif, menelaraskan seluruh elemen produksi dengan visi kreatif, serta memastikan bahwa setiap individu dalam tim dapat bekerja secara optimal.

Selain itu, inovasi melalui pengembangan sub-program seperti Kick Andy Heroes, Kick Andy Double Check, dan Kick Andy Goes to Campus menjadi strategi penting dalam mempertahankan minat audiens. Sub-program ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga menciptakan diversifikasi konten yang mampu menarik perhatian berbagai segmen masyarakat. Kick Andy Heroes, misalnya, menampilkan kisah inspiratif dari pahlawan kehidupan sehari-hari, sementara Kick Andy Goes to Campus menawarkan pendekatan yang lebih interaktif melalui dialog langsung dengan mahasiswa. Strategi ini tidak hanya meningkatkan engagement audiens, tetapi juga memperkuat posisi program sebagai tayangan yang relevan dan bermakna.

Dalam mengembangkan sub-program, teori kreativitas Wallas menjadi kerangka analisis yang relevan. Produser melalui serangkaian tahapan kreatif, mulai dari identifikasi kebutuhan audiens (persiapan), eksplorasi format baru (inkubasi), penemuan ide inovatif (iluminasi), hingga penyempurnaan konsep untuk implementasi (verifikasi). Proses ini menjadi bagian integral dari upaya produser untuk mempertahankan daya tarik program dan meningkatkan loyalitas audiens, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap rating.

Namun, kompleksitas produksi sub-program ini menghadirkan tantangan tambahan, seperti penyesuaian teknis dan logistik saat berpindah dari studio televisi ke auditorium universitas saat melakukan proses produksi untuk program Kick Andy Goes To Campus. Produser harus mampu mengatasi berbagai tantangan tersebut tanpa mengorbankan kualitas dan esensi khas Kick Andy. Strategi adaptasi yang diterapkan, termasuk pengelolaan sumber daya dan fleksibilitas tim, menjadi kunci untuk memastikan bahwa audiens tetap terhubung dengan program, terlepas dari format atau setting yang digunakan.

Fleksibilitas dan kreativitas tim produksi Kick Andy diuji dalam menghadapi berbagai situasi tak terduga, seperti pembatalan narasumber secara mendadak. Kondisi ini memerlukan pengelolaan sumber daya yang efisien, baik dalam hal personel maupun material, untuk memastikan setiap kebutuhan produksi dapat terpenuhi sesuai dengan karakteristik masing-masing sub-program. Pemilihan dan pengelolaan narasumber menjadi semakin kompleks karena setiap sub-program membutuhkan narasumber dengan latar belakang dan keahlian yang berbeda-beda.

Tantangan lain yang tidak kalah pentingnya adalah menjaga konsistensi kualitas produksi di berbagai kondisi yang berbeda. Tim produksi harus memastikan bahwa standar kualitas tetap terjaga, meskipun harus bekerja di lokasi dengan fasilitas yang terbatas. Hal ini membutuhkan perencanaan yang matang, eksekusi yang cermat, serta adaptasi yang cepat terhadap situasi lapangan. Selain itu, manajemen waktu dan jadwal produksi menjadi faktor yang semakin krusial dengan keberadaan multiple sub-program. Produser dan tim produksi dituntut untuk mengelola pra produksi, produksi, hingga pasca produksi secara bersamaan tanpa mengorbankan kualitas tayangan.

Kompleksitas tantangan ini menegaskan pentingnya penelitian mendalam mengenai strategi yang diterapkan oleh produser dalam mempertahankan rating program Kick Andy. Dalam konteks industri televisi, strategi yang mampu menjawab tantangan-tantangan ini tidak hanya relevan bagi keberlanjutan program, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan program televisi secara umum. Pemahaman mengenai cara produser dan tim mengelola kendala operasional, menyesuaikan format produksi, dan menghadirkan konten yang tetap relevan dengan audiens dapat menjadi kontribusi penting dalam mengatasi tantangan serupa di industri lainnya.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pandangan strategis bagi program Kick Andy, tetapi juga diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi praktisi industri dan akademisi. Studi ini akan mengungkap strategi produksi yang efektif, praktik terbaik dalam mempertahankan kualitas dan identitas program, serta pendekatan inovatif dalam pengelolaan sumber daya dan kreativitas di tengah dinamika persaingan industri konten modern.

Dengan mengeksplorasi secara mendalam berbagai tantangan dan solusi dalam produksi Kick Andy, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik manajemen produksi televisi. Hasilnya tidak hanya bermanfaat untuk program Kick Andy dan tim produksinya, tetapi juga bisa menjadi acuan berharga bagi perkembangan produksi media di Indonesia dan dunia.

Berdasarkan kompleksitas dan urgensi permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang diterapkan oleh produser dalam mempertahankan rating program Kick Andy. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana produser memanfaatkan kreativitas sebagai elemen utama dalam mendukung keberhasilan program. Pendekatan ini tidak hanya berupaya untuk mengungkap mekanisme operasional yang diterapkan, tetapi juga mendalami dinamika proses kreatif yang menjadi pondasi utama dalam menciptakan konten yang berkualitas dan menarik bagi audiens.

Penelitian ini menggunakan Teori Wallas sebagai kerangka analisis untuk mengkaji proses kreatif yang diterapkan dalam produksi program Kick Andy. Dengan

menganalisis tahapan-tahapan dalam teori ini seperti, persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana kreativitas dirancang, dikembangkan, dan diimplementasikan secara optimal dalam konteks produksi televisi. Penggunaan teori ini juga memungkinkan identifikasi pendekatan strategis dalam pengelolaan kreativitas untuk menghasilkan konten yang tetap relevan dan mampu mempertahankan loyalitas penonton.

Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap praktik-praktik terbaik dalam produksi program Kick Andy, khususnya dalam menjaga konsistensi kualitas di tengah dinamika industri televisi. Temuan-temuan yang dihasilkan diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi langsung bagi tim produksi Kick Andy, tetapi juga menjadi referensi yang bermanfaat bagi program-program sejenis. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi pijakan untuk pengembangan strategi produksi yang lebih inovatif dan adaptif, khususnya dalam menghadapi tantangan di era digital dan perubahan preferensi audiens.

Pendekatan komprehensif yang digunakan dalam penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan industri televisi secara keseluruhan. Tidak hanya menyoroti aspek teknis dan operasional, penelitian ini juga menggali lebih dalam tentang bagaimana kreativitas dan inovasi dapat menjadi kekuatan utama untuk mempertahankan relevansi program dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi produser dan praktisi media lainnya untuk merancang strategi produksi yang tidak hanya efektif dalam menarik perhatian audiens, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat melalui konten yang inspiratif dan edukatif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi produser yang diterapkan dalam program Kick Andy untuk mempertahankan rating pada program tersebut, dengan fokus pada aspek kreativitas. Dengan mengintegrasikan analisis berdasarkan Teori Wallas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif tentang bagaimana kreativitas dikelola dan dioptimalkan dalam konteks produksi televisi, khususnya untuk program-program yang bertujuan menginspirasi dan mengedukasi. Melalui analisis mendalam terhadap proses produksi,

penelitian ini diharapkan dapat mengungkap praktik-praktik terbaik yang dapat berkontribusi pada pengembangan industri televisi di Indonesia, khususnya dalam program talk show.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah yang ada sebagai berikut:

Bagaimana produser program Kick Andy Metro TV mengimplementasikan strategi kreativitas dalam mempertahankan rating program talk show ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi produser dalam mempertahankan rating pada program Kick Andy Metro TV melalui analisis kreativitas

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang produksi program televisi, manajemen media, dan strategi kreatif, dapat diperkaya melalui penelitian ini. Dengan menganalisis peran produser dalam mempertahankan rating pada program Kick Andy Metro TV, studi ini menyajikan wawasan berharga tentang dinamika di balik layar sebuah program talk show. Lebih lanjut, penelitian ini menekankan pentingnya kreativitas dan koordinasi tim dalam menghadapi berbagai kendala produksi, menjadikannya referensi penting bagi akademisi dan praktisi yang ingin memahami strategi produksi program televisi berkualitas. Seiring perkembangan teknologi dan perubahan preferensi audiens, pemahaman mendalam tentang strategi produksi

program televisi menjadi semakin krusial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk studi lanjutan tentang inovasi dalam produksi konten televisi, terutama dalam format talk show. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi di masa depan, terutama dalam menghadapi tantangan era digital.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi para produser dan tim produksi dalam menghadapi tantangan yang muncul selama proses produksi program televisi, khususnya pada program talk show. Dengan menganalisis strategi kreatif, penelitian ini menawarkan solusi praktis untuk meningkatkan efektivitas kerja tim, menjaga kualitas tayangan, serta mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi program televisi lain yang menghadapi kendala serupa, sehingga dapat meningkatkan standar operasional dalam industri pertelevisian.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB I berisi tentang, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada BAB II berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini, menjabarkan kajian kepustakaan dari penelitian ini, kerangka teori, teori pendukung, dan kerangka pemikiran penelitian ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada BAB III berisi tentang paradigma penelitian, pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada BAB IV penulis menjabarkan strategi produser Kick Andy Metro TV dalam mempertahankan rating program talkshow. Bab ini membahas tantangan utama, seperti keterbatasan waktu dan sumber daya, serta menganalisis peran kreativitas sebagai strategi dalam mempertahankan rating program tersebut.

### **BAB V KESIMPULAN**

Pada BAB V berisi penutup dari keseluruhan skripsi, yang berisi rangkuman kesimpulan serta pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang diteliti.

