

**STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA  
TALK SHOW EMPAT MATA DI TRANS 7**

**(Creative Strategy of Empat Mata Talk Show Program on TRANS 7)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk menempuh salah satu persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1)



**Disusun Oleh :**

**ADENNIS RESTI ARIYANI**

**20030530068**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2008**

**STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA  
TALK SHOW EMPAT MATA DI TRANS 7**

(Creative Strategy of Empat Mata Talk Show Program on TRANS 7)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan Untuk Meraih Gelar  
Kesarjanaan Strata-1 (S-1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dengan Spesialisasi Ilmu Komunikasi

**Disusun Oleh :**

**ADENNIS RESTI ARIYANI**

**20030530068**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2008**

## **SKRIPSI**

**Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Pada :**

**Hari : Senin  
Tanggal : 13 Oktober 2008  
Tempat : Ruang Hibah**

**Susunan Tim Penguji**

**Ketua**

**Suciati, S.Sos, M.Si**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Krisna Mulawarman, S.Sos**

**Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn**

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar sarjana (S-1)  
Tanggal : 10 November 2008**

**Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

## MOTTO

*"Membuat sesuatu dengan cepat, dan lamanya untuk hal tersebut tidaklah penting. Yang terpenting adalah sesuatu yang kita buat tersebut diingat lima puluh tahun mendatang"*

*"Suatu perjalanan panjang yang bermil - mil jauhnya, diawasi hanya dengan satu sangkahanekatmu"*

*"Bukan masalah seberapa lambat bersangsung, sepanjang kamu tidak pernah berhenti"*





*teristimewa'ku persembahkan untuk seseorang yang selalu memBahagiakan ku....*

*Bapaaakkkkk..... genthong kanggeeeeeeerrrr.....!*

*Smoga berada di tEmpat Pualing inDah  
dan tErletak di Sisi Allah SWT..*

*Amin... Amin... Amin...*



**THANK'S TO...**

**Puji Syukur pada Allah SWT, Pencipta Alam Semesta**



**Bapak, Ibu, Mas Aji,  
Bagas, Bio, Mba Vina,  
Eras, dan  
seluruh Keluarga BESAR...  
Luv u all!!!**

**Cl Andri Hisnanto, nuwur banget yooo.. semua takkan pernah kulupa...**

**teman-teman setiakyu dari SMU PIRI 2 Yk,  
.Ajijah, Yuntari, Rayi, Mimin, Dwex!!Hidup VelMix!**

**uK.M Musik UMY... Sikkhhhhhaaaaaa.....**

**temen sePerjuangan Ilmu Komunikasi 2003,  
Endah, Irma, Ervi, lin, Irham, Agus, Dwi, Acis, de el el...**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur senantiasa kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, serta karunia-Nya, sehingga setelah melalui perjuangan yang begitu panjang dan memakan banyak waktu, biaya serta tenaga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Kreatif Program Acara Talk Show Empat Mata di TRANS 7”. Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini. Maka sudilah kiranya pembaca dapat memaklumi segala kekurangan dan kesalahan tersebut, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari keterlibatan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan dengan ikhlas penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak, Ibu, Mas Aji, Bagas, Bio, CL, Mbak Vina, Laras yang telah memberikan dorongan dan dukungan moril maupun materiil serta doa dari awal hingga selesainya penulisan skripsi ini.
2. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Suciati, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia dengan sabar meluangkan waktu dan memberikan saran dan masukan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos selaku dosen pembimbing kedua.
6. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn yang telah banyak memberikan masukan untuk penulisan skripsi ini demi mencapai suatu kesempurnaan.
7. Pak Edo HRD TRANS 7, Mbak Suci Mulyaputri PIAR TRANS 7, Pak Aloeng, Pak Hadi dan semua kru Empat Mata yang sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Endah dan segenap keluarga yang bersedia menampung keberadaan saya di Jakarta.
9. Mas Andri yang sangat membantu dan rela direpotkan dari awal hingga selesainya skripsi ini.
10. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi terutama anak-anak advertising yang selalu kreatif dan teman-teman UKM Musik UMY yang telah memberikan bantuan dan kerja samanya.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 10 November 2008

Penyusun



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	9
1. Strategi.....	9
2. Kreatif.....	10
3. Strategi Kreatif Program Televisi.....	12
4. Kreativitas dalam Penciptaan Program Siaran TV.....	18

5. Programming Televisi.....	21
F. Kerangka Pemikiran.....	28
G. Metodologi Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Lokasi Penelitian.....	33
3. Teknik Pengumpulan Data.....	33
4. Teknik Analisa Data.....	36

**BAB II            GAMBARAN UMUM PT. DUTA VISUAL NUSANTARA  
TIVI TUJUH DAN PROGRAM ACARA TALK SHOW  
EMPAT MATA**

A. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh.....	39
B. Sumber Daya Manusia PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh.....	41
C. Visi dan Misi PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh.....	42
D. Arti Logo dan Slogan TRANS 7.....	42
E. Program-program Acara yang Disiarkan TRANS 7.....	43
F. Program Content TRANS 7.....	46
G. Sistem Manajemen PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh..	47
H. Target Audiens.....	53
I. Teknologi TRANS 7.....	53
J. Penghargaan yang Diraih TRANS 7.....	54

K. Gedung TRANS 7.....	55
L. Lokasi Transmisi TRANS 7.....	57
M. Sejarah Program Acara Talk Show Empat Mata.....	60
N. Visi dan Misi Empat Mata.....	62
O. Struktur Direktorat Operasional Program Acara Talk Show Empat Mata.....	63

**BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Sajian Data.....</b>	<b>76</b>
1. Tahapan Produksi Talk Show Empat Mata.....	76
a. Tahap Konseptis.....	76
b. Tahap PraProduksi.....	79
c. Tahap Produksi.....	81
d. Tahap PaskaProduksi.....	85
2. Program Comparison.....	87
3. Performa Stasiun Televisi TRANS 7.....	91
4. Strategi Kreatif Program Acara Talk Show Empat Mata.....	92
a. Menciptakan konsep atau format program talk show yang berbeda.....	92
b. Menciptakan keragaman humor.....	105
c. Item-item pendukung lain.....	111
5. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Merumuskan & Menerapkan Strategi Kreatif Program Acara Empat Mata....	105

<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>106</b>
1. Menciptakan konsep atau format program talk show yang berbeda.....	119
2. Menciptakan keragaman humor.....	124
3. Item-item pendukung lain.....	127
4. Tahap Konseptis.....	133
5. Tahap PraProduksi.....	137
6. Tahap Produksi.....	138
7. Tahap PaskaProduksi.....	139

**BAB IV      PENUTUP**

<b>A. KESIMPULAN.....</b>	<b>141</b>
---------------------------	------------

<b>B. SARAN.....</b>	<b>143</b>
----------------------	------------

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b>	<b>Program Acara TRANS 7 – April 2008 .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 2.</b>	<b><i>Program Comparison ~ All Station (28/01/2008 – 1/02/2008).....</i></b>	<b>88</b>
<b>Tabel 3.</b>	<b>Performa Stasiun Televisi TRANS 7 – <i>All Market</i>.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4.</b>	<b>Alur Cerita Per Segmen Empat Mata – TRANS 7.....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 1. Peta Strategi Kreatif Program Acara Empat Mata.....</b>	<b>29</b>
<b>Bagan 2. Struktur Direktorat Operasional (Production Division)</b>	
<b>Program Acara Talk Show Empat Mata.....</b>	<b>64</b>
<b>Bagan 3. Struktur Direktorat Operasional (Technical &amp; Production</b>	
<b>Services) Program Acara Talk Show Empat Mata.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Stasiun Transmisi TRANS 7 di Indonesia.....	58
Gambar 2. Pelaksana Set dalam mempersiapkan set panggung.....	81
Gambar 3. Tukul Arwana pada proses <i>make up</i> .....	81
Gambar 4. Tim kreatif Empat Mata mengarahkan Tukul saat jeda iklan.....	83
Gambar 5. <i>Dress rehearsal</i> Empat Mata pengisi acara menyanyi dengan penari latar episode <i>Me &amp; My Mom</i> .....	83
Gambar 6. Studio produksi Empat Mata di Studio 9.....	84
Gambar 7. Tiket <i>Live</i> dan <i>Live on tape</i> Empat Mata.....	85
Gambar 8. Prosentase isi program acara Empat Mata.....	96
Gambar 9. Beberapa karakter Peppy di program acara Empat Mata.....	110
Gambar 10. Tukul Arwana ditengah-tengah penonton di studio.....	112
Gambar 11. Tata panggung Empat Mata dan <i>wardrobe</i> pengisi acara episode <i>Valentine</i> .....	113
Gambar 12. Acara <i>Off Air</i> Banjir di Jakarta.....	113

## ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING**

**Adennis Resti Ariyani**

**20030530068**

**Studi kasus deskriptif kualitatif tentang “Strategi Kreatif Program Acara *Talk Show Empat Mata* di TRANS 7”**

**143 halaman, 22 lampiran, 30 buku, 9 media online, dan 3 surat kabar.**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi kreatif program acara talk show Empat Mata di TRANS 7. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi kreatif program acara talk show Empat Mata di TRANS 7. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menerapkan strategi kreatifnya. Sedangkan kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa strategi kreatif program acara televisi merupakan bagian dari pewujudan visi dan misi media pertelevisian yang salah satunya adalah menerapkan strategi kreatif demi keberlangsungan suatu program acara.

Penelitian ini menggunakan teknik studi kasus kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dengan produser dan tim kreatif Empat Mata, observasi di TRANS 7 dan dengan menyaksikan program acara Empat Mata di televisi, serta dokumentasi dengan mengambil foto-foto para pemain, tempat produksi di studio 9 beserta proses produksinya. (2) Reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. (3) Penyajian data dari hasil penelitian. (4) Kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kreatif yang digunakan program acara talk show Empat Mata antara lain format program acara, keragaman humor, penonton, penampilan pendukung acara, tata panggung, kejutan-kejutan baru, dan mengukur share dan rating. Hal ini ditujukan agar pemirsa tidak merasa jenuh dan selalu loyal kepada tayangan Empat Mata.



## **ABSTRACT**

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
SOCIAL AND POLITICAL FACULTY SCIENCE  
COMMUNICATION DEPARTMENT  
ADVERTISING CONCENTRATION**

**Adennis Resti Ariyani**

**20030530068**

**Case Study the quality description about the “Creative Strategy of Empat Mata Talk Show Program on TRANS 7”.**

**143 pages, 22 appendix, 30 books, 9 online media, and 3 newspapers.**

This research discuss about how the creative strategy of Empat Mata talk show program on TRANS 7. The purposes of this research are : (1) To know how the creative strategy Empat Mata talk show program on TRANS 7. (2) To understand the supporting factors and the hindrances in the application of creative strategy. However, the theory design in this research put down the strategy of TV program is part of realized television station vision and mission, which one of them is creative strategy.

The technical research uses quality research by using the data analysis steps such as: (1) Collecting the data by interviewing the producers and their creative team, doing the observation at TRANS 7 studio, watching the program of TRANS 7 and collecting the documents of the programs by taking the pictures of the process. (2) Make the summary of the whole process systematically. (3) Present the research data analysis. (4) Conclusion.

This research shows that the creative strategy that is used, such as: format program, humors, audiences, hosts, studio, innovative show, and measure rating and share. So the audiences will not feel bored and always stay tune.