

# **STRATEGI PRODUSER PROGRAM ACARA THE EAST NET TV EPISODE HUT NET 2.0 DALAM MENARIK MINAT PENONTON**

**LAKSMI POPPY SULANJARI**

## **ABSTRAK**

Layar televisi Indonesia makin sulit sekali kita temui penggambaran yang realitis tentang sebuah profesi, baik dalam format serial maupun film televisi. Yang kerap muncul, seperti banyaknya sinetron, kisah-kisah drama beserta konfliknya di ranah domestik yang mengada-ada. Tayangan *The East*, sebuah situasi komedi terbaru dari stasiun televisi teresterial NET TV menayangkan sebuah program yang menggambarkan profesi jurnalis menceritakan mengenai suasana kerja dibalik layar. *The East* mengajak kita sebagai penonton untuk tau bagaimana ribetnya bekerja dibalik layar sebuah program acara televisi yang dibumbui dengan cerita-cerita humor di dalamnya.

Hasil dari penelitian ini menjabarkan penerapan manajemen media massa P.O.A.C. (*planning, organizing, actuating, controlling*) yang digunakan oleh produser THE EAST NET TV sebagai strategi program acaranya dalam menarik minat penonton. THE EAST menerapkan 4 tahap: (1) *planning* atau perencanaan yang dilakukan pada proses praproduksi yaitu brainstorming mengenai episode yang akan dibahas untuk dua minggu kedepan dilakukan oleh tim NET, tim PH dan tim penulis (2) *organizing* atau pengorganisasian dari setiap tim melakukan tanggung jawabnya masing-masing seperti penulisan skenario (3) *actuating* atau pelaksanaan yaitu dilakukan pada proses produksi dengan menjalankan skenario yang sudah dibuat yaitu shooting selama tiga hari dan memasuki tahap pascaproduksi yaitu hasil shooting di edit sebelum penayangan (4) *controlling* atau pengawasan dilakukan saat setelah shooting dan penayangan, ini dilakukan agar segala hal yang telah direncanakan dan disiapkan dapat berjalan dengan baik, dan terarah, agar tidak timbul kesalahan yang terjadi saat proses produksi. Keseluruhan rangkaian proses tersebut merupakan sebuah bentuk strategi produser dalam menarik minat penonton.

**Kata Kunci: Strategi, Produser, Program The East, Televisi**

**PRODUCER THE STRATEGY PROGRAM THE EAST NET TV  
EPISODES HUT NET 2.0 IN ATTRACT AUDIENCE**

**LAKSMI POPPY SULANJARI**

***ABSTRACT***

Indonesian television screen more difficult once we meet realistic depiction of a profession, either in series or television movie format. That often appears, like many soap operas, dramas and their stories of conflict in the realm of domestic fetched. Impressions The East, a situation the latest comedy from terrestrial television station NET TV aired a program that describes the journalist profession tells about the work atmosphere behind the scenes. The East invites us as the audience to know how difficult it works behind the scenes of a television program that is peppered with stories of humor in it.

The results of this study describes the mass media management application P.O.A.C.(Planning, organizing, actuacting, controlling) used by producers THE EAST NET TV as a strategy for its programs to attract viewers. THE EAST implement four stages: (1) planning or the planning done in the pre-production process is brainstorming about the episode that will be discussed for the next two weeks by a team NET, PH team and a team of writers (2) organizing or organization from each team perform their respective responsibilities such as writing the screenplay (3) actuacting or execution is done on the production process by running scenarios that are created are shooting for three days and entered the post-production is the result of shooting in the edit before serving (4) controlling or monitoring carried out shortly after the shooting and viewing, this is done so that everything that has been planned and prepared to run well, and purposeful, in order to avoid errors that occurred during the production process. The entire series of the process is a form of producer strategies in attracting audiences.

***Key Words: Strategies. Producer, Program The East, Televisions***