

STRATEGI KREATIF TIM PRODUKSI DALAM PROGRAM TELEVISI MAMAH & AA BERAKSI DI INDOSIAR

Laila Ulya Aqila

ABSTRAK

Mamah & Aa Beraksi adalah program acara religi Islam yang tayang sejak Maret 2007 di stasiun televisi Indosiar. Mamah & Aa Beraksi disajikan dalam format *talkshow* yang menghadirkan narasumber perempuan dengan penyampaian tegas sesuai Al-qur'an dan Hadits diimbangi seorang *host* yang humoris. Bertahan selama lebih dari sepuluh tahun di pertelevisian Indonesia, tentu Mamah & Aa Beraksi mengalami berbagai macam tantangan dengan semakin ketatnya persaingan industri media dan mengharuskan tim produksi mempunyai strategi khusus untuk menanganinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif yang diterapkan oleh tim Mamah & Aa Beraksi di Indosiar hingga saat ini tetap menjadi program acara religi Islam pilihan masyarakat Indonesia. Peneliti memilih model langkah produksi televisi oleh Herbert Zettl yang melalui empat tahapan yakni *preproduction planning : from idea to script, preproduction planning : coordination, production : host critical observation, dan, postproduction activities.*

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif tim produksi Mamah & Aa Beraksi yakni memilih dan menentukan ide program, model produksi *effect-to-cause model*, program proposal, *budgeting*, dan naskah. Selanjutnya dilakukan koordinasi terhadap sumber daya manusia, *equipment*, jadwal, perizinan dan promosi program sebelum dilakukan produksi dan yang terakhir adalah evaluasi dan juga pengarsipan.

Berdasarkan penelitian ini peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa untuk membuat sebuah program acara religi Islam yang berkualitas dan tetap diminati masyarakat, penguatan konten yang inovatif dan sumber daya manusia kreatif baik itu dalam tim produksi maupun pengisi acaranya adalah hal yang paling penting mengingat sebuah program acara religi bukanlah program acara yang dipenuhi dengan *gimmick*.

Dalam penelitian Strategi Kreatif Tim Produksi dalam Program Televisi Mamah & Aa Beraksi di Indosiar ini mempunyai keterbatasan penelitian yaitu sumber informasi hanya dari tim produksi Mamah & Aa Beraksi sehingga untuk penelitian selanjutnya dihimbau untuk dapat menggali informasi dari sumber yang lebih banyak lagi.

Kata Kunci : Strategi Kreatif, Produksi televisi, Konten

**CREATIVE STRATEGY OF PRODUCTION TEAM IN MAMAH & AA
BERAKSI TELEVISION PROGRAM ON INDOSIAR**

Laila Ulya Aqila

ABSTRACT

Mamah & Aa Beraksi is a religious TV program that has been aired since March 2007 on Indosiar television station. Mamah & Aa Beraksi is presented in a talk show format that present female speaker with a clear submission according to Al-qur'an and Hadith balanced by a humorous host. Holding for more than ten years in Indonesia's television, Mamah & Aa Beraksi television program has experienced various challenges with the increasingly tight competition of media industry and requires the production team to have a specific strategy to handle it.

The purpose of this research is to know the creative strategy applied by Mamah & Aa Beraksi production team on Indosiar which up to now remains to chosen Islamic religious program by Indonesian society. The researcher chose the model of television production step by Herbert Zettl through four stages : preproduction: from idea to script, preproduction: coordination, production: critical observation host, and postproduction activities.

This research uses qualitative descriptive analysis with data collection method in the form of in-dept interview, participant observation and documentation. The results of the research show that creative strategies of Mamah & Aa Beraksi production team of which are choosing and determining program idea, production model of effect-to-cause model, proposal program, budgeting, and script. Furthermore, coordination of human resources, equipment, schedule, licensing and promotion of the program prior to production are conducted and the last covers evaluation and archiving.

Based on this research, the researcher can draw the conclusion that to create an Islamic religious quality program and attracts public interest, the strengthening of innovative content and creative human resources both in the production team and the show are the most important thing considering that a religious event program is not an event program filled with gimmicks.

In the research of creative strategy of production team in Mamah & Aa Beraksi TV program on Indosiar has limitation such as source of information from production team of Mamah & Aa Beraksi so that for further research is hoped to be able to dig more information from other sources.

Keywords: *Creative Strategy, Television Production, Content, Human Resources*

