

**STRATEGI KREATIF EKSEKUTIF PRODUSER DALAM MENINGKATKAN RATING AND SHARE
PADA PROGRAM SELAMAT PAGI INDONESIA DI METRO TV**

Dwi Ramadhan

Dwiramadhan1403@gmail.com

Khaerul Azmi

Khaerulazmiabbas@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

This study aims to find out how Executive Producer creative strategy in increasing rating and share in the Indonesian Good Morning Program on Metro TV, where an Executive Producer plays an active role in producing news programs and then re-develops the news that is trending topic or what is happening at the moment, the characteristic of Indonesian Good Morning Program is that every day invites speakers, the success of a program does not escape the role of an executive producer who is responsible for understanding what kind of program is needed by the audience, especially in running superior programs which is the identity of said television. This study aims to find out the Executive Producer creative strategies in increasing rating and share on Indonesia's Good Morning program on Metro TV. The method of this research is descriptive qualitative and the technique of collecting data using observation and interview techniques with the object of the research is the Executive Producer creative strategy in increasing rating and share on Indonesia good morning program on Metro TV. The theory in this study uses the theory of 13 Elements Naratama which explains various elements including target audience, language of the script, program format, punching line, gimmick and funfare, clip hanger, tune and bumper, artistic, music and fashion arrangement, rhythm and program time, logo and music track for Tune ID, general rehearsal (GR), interactive program. The question posed in this study is how the Executive Producer's creative strategy in increasing rating and share on Indonesia's good morning program on Metro TV. Data collection was obtained from direct interviews with executive producers as key informants and producers, wardrobe, makeup, editors, and audioman as informants. The results of this study note that the Executive Producer's creative strategy in increasing rating and share is by evaluated every day after completing the program, Executive Producers and Producers always evaluate to find out what the audience likes. In conclusion, the Executive Producer of the Indonesian Good Morning Program has performed the 13 elements of Naratama as a producer executive creative strategy in increasing rating and share on the Indonesian Good Morning program on Metro TV.

Keywords: Strategy, Creative, Executive Producer, Rating and Share, Television Program

PENDAHULUAN

Televisi sebagai media dalam komunikasi massa yang tidak terpisahkan dengan masyarakat tak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga media hiburan, dan edukasi bagi masyarakat berbagai usia. Setiap harinya televisi menyajikan berbagai jenis program yang beragam jenisnya, program televisi beberapa bagian antara lain ialah talkshow, variety show, dokumenter, feature, kuis, film, musik, berita, dan lain lain. Untuk membuat sebuah program televisi yang menarik dan mendidik audiens tidaklah mudah, diperlukan sebuah strategi atau perencanaan dalam meningkatkan keberhasilan sebuah program acara televisi. Strategi dilakukan untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana sebuah program dapat bersaing dengan program televisi lainnya didalam sebuah program acara, strategi adalah program umum untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi.

Membuat suatu kesuksesan harus memiliki persiapan yang matang dan tepat penanganannya agar proses dapat berjalan dengan lancar, selain itu strategi Eksekutif Produser harus direncanakan oleh pihak yang bertanggung jawab dan dilakukan untuk perencanaan jangka panjang, pendek, atau menengah. Didalam sebuah perencanaan program televisi hal utama yang perlu diperhatikan ialah kelemahan dari stasiun televisi lain, dan harus mempertimbangkan kapan jam tayang program baru tersebut tayang sehingga audiens tertarik untuk memindahkan channel ke program acara yang kita miliki. Strategi Eksekutif Produser memang harus benar benar memberikan program acara yang menarik agar audiens tetap setia menonton program acara kita.

Untuk menciptakan keberhasilan tersebut dibutuhkan Eksekutif Produser dan produser produser yang professional dan masing-masing produser sangat berperan penting untuk keberhasilan sebuah program

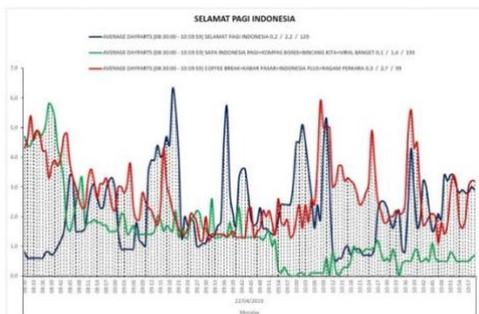
acara televisi, salah satunya ialah peran seorang Eksekutif Produser yang sangat bertanggung jawab atas pengadaan dana, perlengkapan dan melaksanakan terjadwalan. Eksekutif Produser adalah tulang punggung dalam program acara televisi serta orang yang akan bertanggung jawab agar bisa meningkatkan rating and share pada program Selamat Pagi Indonesia Di MetroTV, dan terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati oleh Pemimpin Redaksi (PEMRED), dan Wakil Pemimpin Redaksi (WAPEMRED). Jika acaranya bagus maka Eksekutif Produser lah yang akan mendapatkan pujian dan sebaliknya jika acaranya jelek maka Eksekutif Produser lah yang akan kena cacian. Itulah mengapa Eksekutif Produser dianggap sebagai tulang punggung, karena tugas dan tanggung jawabnya sangat berat. Tugas Eksekutif Produser saat syuting adalah memastikan syuting berjalan dengan lancar sesuai dengan rundown tanpa ada kendala teknis. Produser terkadang ikut terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan setiap harinya (Eksekutif Produser). Produser mampu menerjemahkan keinginan dan pandangan para pendukung modal (investor), klien, atasan, dan juga audien melalui proses produksinya.

Menjadi Eksekutif Produser yang hebat tentu saja memiliki pengalaman produksi, dan yang pasti seorang Eksekutif Produser harus memiliki jiwa kreatif dikarenakan jika tidak kreatif stasiun televisi akan kalah bersaing dengan lainnya, selain itu Eksekutif Produser harus memiliki kemampuan mengambil keputusan dengan cepat. Eksekutif Produser dikatakan berhasil jika program acaranya memiliki banyak audiens, banyaknya audiens dapat dilihat dari hasil rating yang diperoleh dari AGB Nielsen Media Research. Loyalitas pemirsa dalam menyaksikan tayangan televisi biasanya diukur melalui rating.

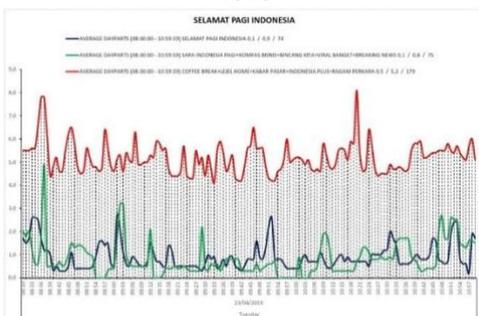
Tabel 1.1
Rating and share Program acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 22 April 2019 – 28 April 2019

Hari	Program Metro TV	Metro TV		TVOne		Program Kompas	Kompas TV					
		Rating	Share	Rating	Share		Rating	Share				
Senin, 22 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,2	2,2	139	Coffee Break	0,3	2,7	99	Sapa Indonesia Pagi	0,1	1,4	193
Selasa, 23 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,1	0,9	74	Coffee Break	0,5	5,2	179	Sapa Indonesia Pagi	0,1	0,8	75
Rabu, 24 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,1	1,2	81	Coffee Break	0,4	3,5	164	Sapa Indonesia Pagi	0,1	0,6	56
Kamis, 25 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,2	2,0	173	Coffee Break	0,2	1,8	103	Sapa Indonesia Pagi	0,1	0,8	89
Jumat, 26 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,4	4,0	354	Coffee Break	0,1	0,6	55	Sapa Indonesia Pagi	0,1	1,1	66
Sabtu, 27 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,2	1,5	72	Coffee Break	0,2	1,8	103	Sapa Indonesia Pagi	0,1	0,9	58
Minggu, 28 april 2019	Selamat Pagi Indonesia	0,2	1,7	111	Coffee Break	0,4	4,4	128	Sapa Indonesia Pagi	0,5	5,6	271

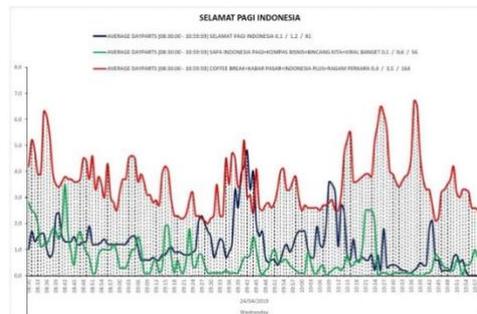
Tabel 1.2
Gambar Grafik Rating Program Acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 22 April 2019



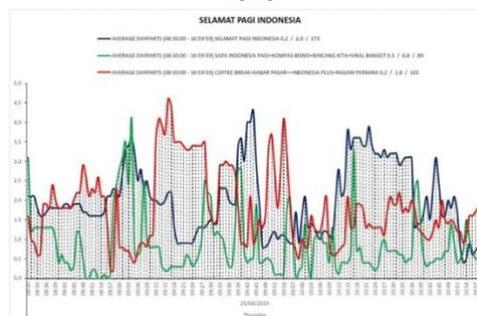
Tabel 1.3
Gambar Grafik Rating Program Acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 23 April 2019



Tabel 1.4
Gambar Grafik Rating Program Acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 24 April 2019



Tabel 1.5
Gambar Grafik Rating Program Acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 25 April 2019

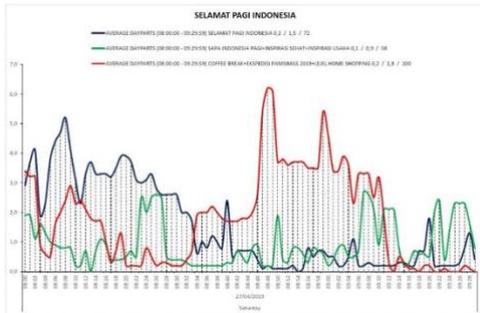


Tabel 1.6
Gambar Grafik Rating Program Acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 26 April 2019

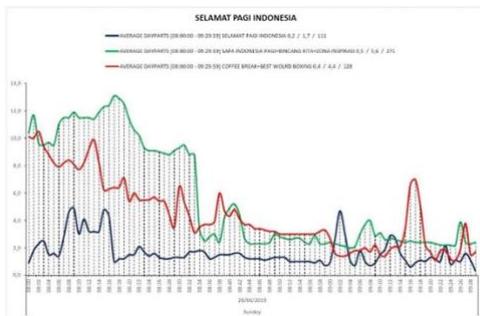


Tabel 1.7
Gambar Grafik Rating Program Acara Selamat Pagi Indonesia tanggal 27 April 2019





Tabel 1.8
Gambar Grafik Rating Program Acara
Selamat Pagi Indonesia tanggal 28 April
2019



Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Strategi kreatif Eksekutif Produser dalam meningkatkan rating and share pada program Selamat Pagi Indonesia di MetroTV”

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah Untuk mengetahui bagaimana Kreatif Eksekutif Produser dalam meningkatkan rating and share pada program Selamat Pagi Indonesia di MetroTV.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma Post-Positivisme, dimana peneliti memaparkan realitas yang ada secara alamiah dengan melakukan pengamatan secara langsung yang

ditemukan dilapangan dan rinci terhadap perilaku subyek yakni Eksekutif Produser program Selamat Pagi Indonesia di Metro TV. Mencapai kebenaran ini, dengan ciri bahasa formal, paradigma Post-Positivisme membantu peneliti menguraikan permasalahan bagaimana upaya Eksekutif Produser dalam meningkatkan *rating and share* pada program Selamat Pagi Indonesia Di Metro TV.

Metode penelitian ini bertujuan dimana peneliti berusaha untuk mendapatkan gambaran upaya Eksekutif produser dalam meningkatkan *rating and share* pada program selamat pagi Indonesia di Metro TV. Subjek penelitian ini adalah Eksekutif Produser, Produser, makeup, wardrope, editor dan audioman. Objek penelitian yang diambil peneliti adalah upaya eksekutif produser dalam meningkatkan *rating and share* pada program selamat pagi Indonesia di Metro TV.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono data primer adalah “data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek penelitian, dari hasil pengisian kuisisioner, wawancara, observasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu: (1) Observasi (2) Wawancara.

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari sebagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Menurut Sugiyono, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan

permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2017, Hlm.137).

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, laporan-laporan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dan lain sebagainya.(Sugiyono, 2017, Hlm.225)

Analisa dilakukan saat pengumpulan data dari ketika wawancara, peneliti melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai sampai menemukan jawaban yang memuaskan dari narasumber tersebut. Analisis Berlangsung terus-menerus hingga datanya penuh dan lengkap. Peneliti akan mengumpulkan data-data yang mendukung penelitian ini, yaitu melalui wawancara dengan narasumber menggunakan teori 13 elemen Naratama.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada saat proses wawancara dan observasi, peneliti mengambil lokasi dan waktu agar sesuai dengan yang diinginkan oleh para key informan dan informan. Adapun pemilihan lokasi dalam penelitian, peneliti memilih untuk mengikuti Key informan dan informan yaitu Kantor Metro TV, di Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya-Kebon Jeruk,

Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Validitas Data

Menurut Kriyanto dalam bukunya Teknik Praktisi Riset Komunikasi, penelitian kualitatif biasanya terjadi suatu proses pengumpulan data. Analisis Triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (Sumber data lainnya) yang tersedia. peneliti menggunakan triangulasi sumber karena peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada beberapa para narasumber yang dipilih peneliti untuk mendapatkan sumber informasi yang juga terlibat langsung dalam program Selamat Pagi Indonesia di Metro TV, diantaranya Eksekutif Produser sebagai *Key Informan*, Produser sebagai *informan* pertama, makeup informan kedua, wardrope informan ketiga, editor informan ke empat dan audioman informan kelima. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam untuk mengetahui Upaya yang digunakan oleh Eksekutif Produser dalam meningkatkan *rating and share* pada program Selamat Pagi Indonesia di Metro TV.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang di dapatkan oleh peneliti melalui hasil wawancara kepada *Key Informan* dan *Informan*, dan peneliti menjelaskan observasi yang peneliti dapatkan dilapangan terhadap Eksekutif produser pada saat produksi, selanjutnya peneliti akan memaparkan permasalahan dalam pembahasan yang sesuai dengan rumusan masalah permasalahan peneliti adalah “Bagaimana Strategi kreatif Eksekutif Produser dalam meningkatkan rating and share pada program Selamat Pagi Indonesia di MetroTV”. Peneliti

menggunakan Teori 13 elemen Naratama, terdapat teori-teori yang peneliti gunakan terhadap penelitian ini.

1. Target Penonton

Pada program Selamat Pagi Indonesia ditunjukan pada kalangan Semua Umur (SU), dalam program memang mempunyai target penonton, di perusahaan MetroTV memang untuk target penonton tidak dipermasalahan, tetapi perusahaan memberikan target lebih harus bagaimana agar bisa mendapatkan target audiens yang milenial, memang yang saya dapat dari hasil peneliti, MetroTV sangat kuat mendapatkan audiens di umur 40 tahun ke atas tetapi Eksekutif Produser Selamat Pagi Indonesia ini bagaimana pun agar bisa mendapatkan penonton dengan mendominasi umur 20 tahun ke atas, dan rata rata lebih banyak penonton wanita di banding pria. Dan status sosial untuk audiens program selamat pagi Indonesia lebih dominan pekerja, akademisi, dan mahasiswa.

2. Bahasa Naskah

Bahasa Naskah yang terdapat di program Selamat Pagi Indonesia adalah bahasa yang biasa digunakan seperti bahasa percakapan dengan sahabat atau teman dengan menggunakan bahasa santai yang mudah dipahami oleh semua umur, bahasa percakapan seperti bahasa sehari-hari, tetapi tidak terlalu kaku dan baku, dan yang tidak menggunakan bahasa elo gue, bahasa di program selamat pagi Indonesia ini selalu terukur cerdas dan sopan, dan di program selamat pagi Indonesia ini menggunakan bahasa tergantung dari beritanya, kalau misalkan ada bahasa yang berat, produser pun bagaimana caranya agar berita

tersebut menggunakan bahasa yang enak di dengar penonton.

3. Format Acara

program Selamat Pagi Indonesia lebih variety show yang lebih news dan bulletin, pada program selamat pagi Indonesia ini jam tayang 2 jam setengah pada hari senin-jumat, dan sabtu minggu jam tayang 1 jam setengah, dan program selamat pagi Indonesia ini memiliki 2 studio di indoor, dan studio selamat pagi Indonesia ini memiliki ciri khas tersendiri, dengan menggunakan set atau tema seperti nuansa di rumah atau seperti kitchen, seperti ada ruang tamu, ruang dapur, memang program selamat pagi Indonesia ini memiliki program seperti, program cooking (masak), program informasi, program ekonomi, program musik, dan program bulletin, seperti nuansa di ruang dapur memang khusus program cooking untuk masak masak dan memberikan tips masak, di setiap program ini memang dibagi menjadi 30 menit disetiap program tersebut, dan program selamat pagi Indonesia ini memiliki 4 presenter, dan presenter tersebut selalu bergantian untuk menjadi presenter, atau biasa nya di acak, untuk menjadi presenter program selamat pagi Indonesia ini.

4. Punching line

Pada program Selamat pagi Indonesia ini memang selalu melakukan *Punching line* karena memang menghindari penonton agar tidak jenuh, yang biasa digunakan oleh presenter ketika siaran biasanya presenter melakukan updating social media, ada berita apa yang sedang trending, lalu program selamat pagi Indonesia ini selalu melakukan live by phone atau live by skype atau kadang mendatangkan langsung bintang

tamu ke studio program selamat pagi Indonesia.

5. *Gimmick and funfare*

Gimmick and funfare juga digunakan pada program Selamat Pagi Indonesia, tetapi pada program ini tidak selalu melakukan gimmick, karena program ini lebih memberikan informasi informasi berita news, berita berita yang sedang trending topik, sedang hits yang terbiasa program ini dilakukan, dan yang sering dilakukan ketika ada paket paket atau insert berita dalam negeri maupun luar negeri, biasa menggunakan backsound atau musik yang sesuai dengan gambar tersebut, sedangkan funfare di program ini lebih memberikan paket keindahan di awal acara atau di akhir acara, seperti memberikan paket gambar pemandangan alam atau juga kemeriahan bintang tamu di akhir acara.

6. *Clip Hanger*

Clip hanger ini sangat penting untuk program ini, karena menggunakan clip hanger ini agar penonton kita selalu setia dengan tidak pindah ke channel lain, pada program ini sering memberikan elemen off surprise atau yang biasa diketahui paket paket gantung, agar penonton penasaran dengan tayangan selanjutnya, dan yang pastinya selalu memberikan paket berita yang menarik di setiap akhir segmen, agar memang penonton penasaran pada gambar paket tersebut, seperti contoh memberikan berita atau kejadian yang memang benar benar kejadian parah, atau yang biasa di lakukan program selamat pagi Indonesia juga melakukan seperti teaser teaser film, teaser film yang memang akan tayang

di bioskop atau teaser film yang bagus dan menarik pastinya.

7. *Tune and Bumper*

Tune atau Opening tune merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit dan bumper adalah identitas perantara acara dengan durasi 5 detik. Program selamat pagi Indonesia memang mempunyai ciri khas untuk bumper, dengan gambar gedung dan ada matahari yang bernuansa pagi.

8. *Penataan Artistik*

Penataan artistik atau sering disebut tata panggung pada suatu program juga menjadi identitas program. Tata artistik untuk setiap program pasti tidak sama. Hal ini karena tata artistik disesuaikan dengan referensi acara yang di produksi. Pada program selamat pagi Indonesia ini memang memiliki 2 studio, yang pertama studio untuk memberikan informasi informasi news, dan studio kedua ini studio bernuansa ruang tamu, dengan adanya ruang dapur, seperti bernuansa rumah.

9. *Music and fashion*

musik merupakan hal penting dalam program siaran televisi, pada program ini memang sangat penting untuk menggunakan musik, biasanya yang digunakan musik pada program ini sering menggunakan ilustrasi yang lebih enerjik untuk membangun spirit atau membangun semangat pemirsa atau penonton. Dan program selamat pagi Indonesia ini memiliki ciri khas atau musik khusus program selamat pagi Indonesia, memang di MetroTV itu masing masing program memiliki music tersendiri, kalau program selamat pagi Indonesia ini memang sering banyak paket paket Feature, dan musik pun yang pastinya selalu

menyesuaikan selalu dengan gambar gambar tersebut, yang terpenting nya pada program selamat pagi Indonesia ini yang pastinya selalu memberikan musik yang memberikan semangat untuk penonton atau pemirsa di saat pagi hari, Dan fashion pada program ini memang sangat sangat sopan, karena penampilan presenter di program ini memang seperti penampilan di presenter program MetroTV lainnya, biasa yang dipergunakan wanita biasanya dress dan pria menggunakan jaz. Tetapi presenter program Selamat Pagi Indonesia ini memiliki ciri khas dalam berpakaian seperti di pergunakan oleh presenter wanita, dengan menggunakan drees ala milenial, dan yang pastinya bersifat formal namun rapih menutup aurat wanita maupun pria.

10. Ritme dan birama acara

Pada program selamat pagi Indonesia setiap siaran selalu indoor atau studio bernuansa ruang tamu atau bernuansa rumah, program selamat pagi Indonesia selalu memberikan musik ilustrasi disaat siaran, agar memang penonton setia atau penonton bersemangat di pagi hari. Dan yang terpenting memang program ini selalu memberikan yang berbeda dengan program lain yang sejenisnya, dalam 2 jam setengah program selamat pagi Indonesia memang mempunyai berbagai program, seperti program musik, program cooking, program ekonomi, program bulletin, dan di setiap program tersebut selalu di acak acak menayangkan program tersebut, agar memang penonton tidak jenuh menyaksikan program selamat pagi Indonesia ini. Seperti contoh di setiap hari selalu menampilkan musik

terlebih dahulu, tetapi program ini tidak seperti itu, program ini selalu mengkombinasikan program lain agar di acak di awal bisa seperti cooking/masak dulu, baru musik, dan sebaliknya, agar penonton tidak bosan menyaksikan program selamat pagi Indonesia ini.

11. Logo dan Music Track untuk ID Tune

Arti dari logo program selamat pagi Indonesia ini memang bernuansa pagi dengan ada matahari dan gambar gedung gedung, Pada music track pada program selamat pagi Indonesia ini memang menggunakan music yang sudah menjadi ciri khas nya program selamat pagi Indonesia, yang pastinya menggunakan music yang memberikan semangat penonton di pagi hari.

12. General rehearsal

Pada program ini sangat penting melakukan *general rehearsal*, program Selamat Pagi Indonesia ini selalu melakukan briefing, dimana sebelum melakukan siaran Presenter selalu melakukan briefing kepada Produser dan Eksekutif Produser, karena hal ini sangat penting, untuk menghindari hal hal yang tidak baik disaat siaran berlangsung. Dan biasa yang dilakukan presenter adalah selalu datang produser atau eksekutif produser keruangan Newsroom sebelum siaran berlangsung. Dan disaat itu lah para presenter mengetahui pada segmen sekian dan sekian ada berita apa saja, dan setiap hari presenter melakukan seperti itu, dan jika ada bintang tamu, biasanya produser mendatangi bintang tamu tersebut, untuk memberi informasi, apa yang akan di bahas ketika siaran berlangsung nanti, dan apa saja yang ingin disampaikan oleh bintang tamu, agar

memang waktu siaran terbagi dengan hasil yang baik. dan untuk melakukan general rehearsal untuk kamera yang sering dilakukan oleh produser atau runner biasanya produser memberi informasi kepada PD (Program director/Pengarah Program) untuk memberi informasi kepada cameramen, di segmen sekian dan sekian ada yang harus di ubah dalam pengambilan gambarnya. Agar cameraman tau dan dipersiapkan.

13. Interactive Program

Pada program Selamat Pagi Indonesia yaitu dengan Live by Phone, dan menggunakan media sosial Instagram. Tujuannya untuk melibatkan pemirsa dan memisahkan jarak antara program Selamat Pagi Indonesia dengan pemirsa, dan jika penonton yang ingin merespon tayangan atau ingin mengirimkan pertanyaan bisa langsung ke media sosial akun instagram @Spimetrotv .

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai strategi kreatif Eksekutif Produser dalam meningkatkan *rating and share* pada program Selamat Pagi Indonesia di MetroTV, penulis menyimpulkan bahwa apa yang diterapkan oleh Eksekutif Produser pada program Selamat Pagi Indonesia bukanlah strategi yang asal-asalan melainkan telah melalui berbagai evaluasi. Di samping menerapkan kriteria strategi kreatif menurut Naratama yang terdiri dari 13 elemen

yaitu, target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line, gimmick and funfare, clip hanger, tune and bumper*, penataan artistik, *music and fashion*, ritme dan birama acara, logo dan *music track* untuk ID tune, *general rehearsal*, dan *interactive program*. Eksekutif Produser juga menerapkan berbagai trik-trik tersebut dari 13 elemen pada program Selamat Pagi Indonesia dalam upayanya meningkatkan *rating and share* program.

SARAN

Adapun saran yang diberikan penulis sebagai bahan pertimbangan Eksekutif Produser untuk kemajuan program dan stasiun penyiaran adalah Melakukan promosi program dan penjualan program kepada pengiklan dengan lebih gencar, memanfaatkan semua media promosi yang ada sehingga program selamat pagi Indonesia dapat dikenal lebih luas dan Melakukan update di sosial media seperti Instagram di setiap harinya, agar pemirsa dirumah tau info info untuk program Selamat Pagi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Penerbit Alfabeta, Bandung 2017)

Internet : www.metrotvnews.com

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Selamat_Pagi_Indonesia