

Strategi Kreatif Liga Dangdut Indosiar Episode Kemenangan

Andreas Tjandra¹⁾, Syaifuddin²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav.22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: joeandreas9@gmail.com

²⁾ Email: udin.sayuti@gmail.com

Abstract: *This study explores the creative strategy of Liga Dangdut Indonesia 2019 talent search program. The research approach used in this research is a qualitative research approach with a post-positivism paradigm and a descriptive type of research. The analysis technique used is the SWOT analysis to determine the creative strategies used by Liga Dangdut Indonesia 2019 production team. The data collection technique that the researchers used was in-depth interviews with four informants. The results of this study show that there are many strategies used in Liga Dangdut 2019 Episode Kemenangan, such as providing long-duration shows, various variations of dangdut songs, various kinds of gimmicks displayed by the host and the jury, participants taken from all provinces in Indonesia, broadcast time in prime time hours, and an interesting selection of guest stars.*

Keywords: *creative strategies, television, swot*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif program ajang pencarian bakat Liga Dangdut Indonesia 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivisme dan jenis penelitian deskriptif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan oleh tim produksi Liga Dangdut Indonesia 2019. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan banyak strategi yang digunakan dalam program Liga Dangdut 2019 Episode Kemenangan, seperti memberikan tayangan berdurasi panjang, variasi lagu dangdut yang beragam, berbagai macam gimmick yang ditampilkan oleh host dan dewan juri, peserta diambil dari seluruh provinsi di Indonesia, waktu penayangan di jam prime time, dan pemilihan bintang tamu yang menarik.*

Kata kunci: *strategi kreatif, televisi, swot*

I. PENDAHULUAN

Musik dangdut kini sedang dalam masa keemasan, dimana dangdut yang dulunya diidentikkan dengan musik kalangan kelas bawah, kini telah diminati oleh banyak kalangan, termasuk anak muda. Dangdut bertransformasi menjadi *easy listening* dengan musik yang menarik, tidak hanya dengan konsep gendang atau dangdut pada umumnya. Dangdut sekarang dengan kesan modern

dan diminati banyak kalangan (Fitri, 2016 : 166-167).

Salah satu ajang pencarian bakat yang memiliki angka *rating* tertinggi adalah program Liga Dangdut Indonesia 2019. Liga Dangdut Indonesia 2019, tayang setiap hari dari Senin hingga Minggu secara *live* di stasiun TV Indosiar pada jam 18.30 WIB sampai dengan 00.20 WIB. Dengan tagline “Seni Menyatukan” merupakan ajang pencarian

bakat menyanyi dangdut musim kedua dari Liga Dangdut Indonesia yang ditayangkan di stasiun televisi. Acara ini mulai tayang perdana pada tanggal 1 Januari 2019 dengan durasi tayang selama 6 jam. Liga dangdut ini mengalahkan durasi jam tayang kompetisi dangdut yang juga ada di Indosiar yaitu Dangdut Academy yang memiliki durasi hampir 5 jam. Acara ini dimeriahkan oleh 80 duta provinsi. Dan juga banyak *gimmick* yang disajikan dari para *host* serta juri yang ada dalam acara Liga Dangdut Indonesia 2019. Terlebih pada Episode Kemenangan Liga Dangdut Indonesia 2019 yang telah mendapatkan *rating dan share* yang tinggi. Rating pada episode ini ada di angka 4,5 dan juga *share* di angka 21,9. Episode kemenangan ditayangkan secara *live* (langsung) pada hari jumat tanggal 3 Mei 2019, pukul 18.30 WIB.

Tingkat antusiasme penonton dalam menonton program dangdut mengalami peningkatan, ini dibuktikan dengan peningkatan *rating dan share* stasiun televisi yang menayangkan program ini. Karena banyak hal yang dapat mempengaruhi. Pada setiap tayangan program Liga Dangdut Indonesia 2019 setiap harinya selalu disajikan dengan *gimmick* dari setiap kisah hidup peserta yang menarik dan juga pembawaan *host* yang ada sesuai dengan suasana *gimmick* sehingga menyajikan tayangan yang membuat penonton terhibur. Pada program Liga Dangdut Indonesia 2019 episode kemenangan memiliki strategi – strategi kreatif yang digunakan untuk mendapatkan target dari *rating dan share*. Secara khusus untuk episode kemenangan Liga Dangdut Indonesia yang dimana tim kreatif dan tim produksi menyajikan sejumlah *gimmick* dan juga *treatment* yang sudah didiskusikan dengan seksama dengan seluruh tim.

Tidak hanya menyajikan *gimmick* tetapi dalam episode ini setiap peserta sudah disiapkan secara maksimal mulai dari *treatment* hingga *property* dan juga pilihan lagu yang sangat tepat. Khusus dalam episode kemenangan ini terdapat juga penampilan-penampilan dari berbagai artis dangdut yaitu: Fildan, Lesti, serta penampilan yang diberikan oleh para *host* serta para komentator sebagai salah satu strategi kreatif tim produksi Liga Dangdut Indonesia 2019



Gambar 1. Program Tracking Liga 2019
(sumber NielsenMedia Research)

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merasa perlu untuk mengangkat permasalahan ini kedalam penelitian dengan judul Strategi Kreatif Liga Dangdut Indosiar Episode Kemenangan. Karena peneliti ingin mengetahui strategi apa saja yang digunakan oleh pihak produser serta tim kreatif Liga Dangdut Indosiar episode kemenangan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma pos-positivisme untuk mengetahui kebenaran dan realitas dengan adanya keterlibatan penelitian secara langsung. Peneliti ingin melihat bagaimana strategi kreatif Liga Dangdut Indosiar episode kemenangan. Sehingga diperlukan hubungan yang interaktif secara langsung dengan objek penelitian. Hal ini dilakukan, karena peneliti telah mengetahui realitas yang sudah ada, sehingga menimbulkan sebuah masalah

dan ingin mencari makna dari realitas yang sudah ada.

Untuk menjawab masalah pokok dari strategi kreatif Liga Dangdut Indosiar episode kemenangan, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Peneliti menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk dapat memahami objek yang sedang diteliti secara lebih mendalam.

Berdasarkan metodologi kualitatif dikenal beberapa riset yang ada di dalamnya antara lain *focus group discussion*, wawancara mendalam, studi kasus dan observasi. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak-banyaknya data) yang dapat digunakan untuk meneliti, menguraikan dan juga menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa sistematis. Oleh karena itu peneliti dapat menggunakan wawancara mendalam observasi partisipan, dokumentasi, kuisioner (hasil survey), rekaman, bukti-bukti fisik dan lainnya (Kriyantono, 2016:65-66).

Jenis penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu jenis eksploratif, deskriptif, eksplanatif dan evaluatif untuk dapat menganalisis data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis deskriptif. Riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta yang ada. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), peneliti melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya.

Menurut (Kriyantono,2016:68-70) riset ini digunakan untuk

menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antara variabel. Sehingga nantinya peneliti akan mendeskripsikan data yang dihasilkan dan didapatkan dari wawancara mendalam mengenai strategi kreatif Liga Dangdut Indosiar episode kemenangan dengan pihak informan yang sudah ditentukan oleh peneliti.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah informan kunci dan juga beberapa informan.

Dalam penelitian ini, *key informan* yang dipilih oleh peneliti yang dipercaya dapat memberikan data dan juga informasi yang terkait strategi kreatif Liga Dangdut Indosiar episode kemenangan.

a. Key Informan

Arthur Kareli selaku tim kreatif dari Liga Dangdut Indosiar yang dilakukan wawancara untuk mendapatkan informasi terkait Liga Dangdut Indosiar. Arthur Kareli merupakan salah satu tim kreatif dari program Liga Dangdut Indonesia 2019. Yang dimana dia paham atau mengerti apa yang ada dalam program tersebut, dari segi strategi apa saja yang digunakan dalam program tersebut terutama di episode kemenangan

b. Informan 1

Eva Estriana selaku produser Liga Dangdut Indosiar 2019. Yang dimana memimpin jalanya keseluruhan produksi program Liga Dangdut Indosiar ini dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

c. Informan 2

Dini selaku asisten produser dari Liga Dangdut Indonesia, yang dimana membantu produser dalam hal mengevaluasi program, mengedit tayangan serta membantu pada saat

berjalanya program Liga Dangdut Indonesia di Indosiar. Dari tahap pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

Analisis data merupakan sebuah langkah penting dalam sebuah penelitian, karena dapat memberikan makna terhadap data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.

Data yang telah diperoleh dan dikumpulkan itulah didapat melalui hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan juga literatur, maka selanjutnya akan dideskripsikan dalam bentuk laporan (Ningrum, 2015). Analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian adalah analisis data dengan model Miles and Huberman.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Miles and Huberman. Peneliti ingin mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas.

Pada penelitian ini *triangulasi* sumber didapat dari Herlin Nugroho selaku *quality control* program di Kompas Tv. Hasil penelitian dibandingkan dengan triangulasi sumber. Sehingga data yang diperoleh akan menghasilkan suatu kesimpulan untuk memperkuat data terhadap kebenaran dan kelengkapan data.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data- data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dapat dibahas serta dianalisis mengenai beberapa hal yang dilakukan oleh produser, *associate produser* serta tim kreatif dalam memproduksi sebuah program. Peneliti menganalisis dengan menggabungkan teori yang relevan yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam penelitian

ini, peneliti membahas tentang strategi kreatif apa saja yang dilakukan tim Liga Dangdut Indonesia terlebih pada saat episode kemenangan dalam memproduksi program tersebut. Serta kendala apa saja yang dialami oleh tim dalam memproduksi program tersebut.

Dalam menjawab permasalahan ini, peneliti melihatnya berdasarkan analisis SWOT yang terdapat pada program Liga Dangdut Indonesia episode kemenangan. Analisa SWOT dilakukan untuk memahami situasi serta kondisi perusahaan serta program dari faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang bahkan ancaman dari lingkungan luar serta strategi yang menyajikan campuran terbaik (Rachmat, 284- 285). Dalam hal ini langkah- langkah yang dilakukan tim Liga Dangdut Indonesia untuk menentukan strategi kreatif dalam memproduksi programnya dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Dimana dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu melalui proses produksi yang telah dilakukan oleh tim dari Liga Dangdut Indonesia, sehingga dalam proses tersebut dapat ditemukan kekuatan serta kelemahan yang terdapat dalam program tersebut untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan pada program tersebut. Selain itu peneliti juga menanyakan pesaing dari program tersebut.

A. Data Internal

Kekuatan program Liga Dangdut Indonesia episode kemenangan

- 1) Memberikan hiburan kepada para penonton yang menontonnya
- 2) Durasi tayang selama 5 jam yang lama membuat para penonton suka untuk menikmati program tersebut.

Program Liga Dangdut Indonesia 2019 tayang pukul 18.30 hingga 01.00 WIB

- 3) Banyak variasi lagu yang diberikan mulai dari dangdut yang klasik hingga dangdut koplo dan juga lagu dangdut dari tahun-tahun yang lama hingga masa kini, menjadikan program tersebut banyak disukai oleh para penontonya
- 4) *Host* yang menampilkan *gimmick* yang lucu seperti menimpali setiap perkataan satu sama lain dengan *jokes*, dan juga terkadang dengan meng-*impersonate* salah satu juri yang membuat suasana tambah seru dan menjadikan setiap *host* memiliki sebuah daya tarik bagi penonton untuk menontonya
- 5) Menampilkan peserta yang berasal dari provinsi – provinsi yang ada di Indonesia yang berjumlah 34 provinsi.
- 6) Pemilihan waktu jam tayang yang tepat, karena waktu tayangnya adalah pada jam *prime time* yaitu dari jam 18.30 hingga 01.00 WIB. Jam tersebut disebut tepat karena merupakan jam *prime time* yaitu jam ketika memang semua orang sudah kembali pulang ke rumah dan sedang bersantai bersama keluarga sambil menonton televisi.
- 7) *Gimmick* yang diberikan variatif sehingga tidak membosankan bahkan menjadi sebuah hiburan bagi yang menyaksikannya.
- 8) Penampilan bintang tamu yang menarik dan memiliki

daya tarik yang kuat dapat menjadikan program tersebut semakin menarik. Bintang tamunya adalah Rara LIDA, Fildan, Lesti, Aulia, dan juga Ibunda Puput yang menjadikan program tersebut semakin menarik karena menyangkut keluarga, kemudian juga para senior atau orang-orang yang telah lebih dahulu menjadi artis.

Kelemahan program Liga Dangdut Indonesia episode kemenangan antara lain :

- 1) Jumlah iklan yang masuk terlalu banyak, menjadikan orang yang menyaksikan bosan.
- 2) Durasi tayang yang terlalu lama menjadikan orang yang menyaksikan bosan.
- 3) Peserta yang berasal dari daerah membuat orang-orang kurang tertarik dalam menyaksikannya jika terlalu lama.
- 4) Bersaing dengan program-program yang sama-sama memiliki daya tarik yang kuat seperti, sinetron.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil data yang telah dikategorikan oleh peneliti sesuai dengan keunggulan dan kelemahan dari data internal (Liga Dangdut Indosiar Episode Kemenangan), maka langkah selanjutnya ialah data yang telah dikumpulkan dapat dianalisis sebagai berikut :

1. *Strength* (Kekuatan)

Gimmick yang diberikan oleh para *host* sangat menghibur, sehingga para penonton terhibur, seperti apa yang dilakukan oleh

para *host* di program Liga Dangdut Indonesia contohnya seperti Gilang Dirga yang sering meng-*impersonate* tokoh-tokoh terkenal seperti penyanyi, bahkan juga presiden.

- a. Peserta yang berasal dari daerah, menyebabkan antusias pendukung yang sangat kuat, sehingga program ini diminati oleh penonton yang berasal dari daerah. Karena setiap peserta yang berasal dari daerah memiliki pendukung yang kompak dalam hal menonton serta mendukung peserta yang ikut dalam kompetisi ini.
- b. *Host* dan juri yang dapat menghibur para penonton yang ada dirumah bahkan yang di studio dengan variatif dan tidak monoton. Hal ini yang sering dilakukan oleh para *host* dan juri yang sering ikut melakukan *gimmick* dalam jalannya program Liga Dangdut. Juri yang ada juga sering ikut menampilkan bakat bernyanyinya pada saat program tersebut tayang bahkan hingga kolaborasi dengan para peserta.
- c. Talenta bernyanyi yang disajikan serta perpaduan aransemen yang bermacam-macam menjadikan program tersebut banyak diminati penonton. Tidak hanya menampilkan suara yang ditampilkan, tetapi juga aransemen musik yang diberikan juga dapat memukau para dewan juri.

- d. *Property* yang digunakan bagus dan mendukung jalanya program tersebut terlebih pada episode kemenangan. Ini dilakukan untuk menambah emosi penonton pada saat menonton program tersebut terlebih pada episode kemenangan.
- e. Pencahayaan yang baik dalam setiap konser yang diselenggarakan, dan juga menambah antusias penonton. Hal ini juga menjadi salah satu faktor penting dalam sebuah ajang *talent search* karena, pencahayaan ini digunakan untuk menambah suasana dalam jalanya program Liga Dangdut ini.
- f. Membedah tidak hanya keseharian peserta, tetapi juga masalah pribadi peserta yang dimana itulah yang akan membangun emosi penonton.

2. *Weakness* (kelemahan)

- a. Terkadang mengalami gangguan teknis seperti, gambar patah-patah pada saat menampilkan VT peserta. Pada saat VT ditayangkan beberapakali mengalami gangguan teknis, atau pada saat keluarga peserta atau pendukung peserta menelfon secara langsung.
- b. Jam tayang yang durasinya lama membuat kebanyakan dari penontonya yang merasakan bosan. Durasi program ini 5 jam, yang dimana sering membuat para

- penonton bosan, terlebih jika apa yang disajikan monoton
- c. Keterbatasan waktu yang dirasakan oleh tim pada saat program ini berjalan, karena peserta yang banyak dan juga para bintang tamu yang akan tampil pada saat episode kemenangan ini tayang. Mengatur waktu untuk melakukan latihan serta menyiapkan waktu untuk melakukan gladi resik sangatlah sedikit dikarenakan banyaknya peserta dan juga bintang tamu yang ada.
3. *Opportunity*(Peluang)
 - a. *Host* sering memotong pembicaraan dari peserta dengan *gimmick* yang membuat informasi yang ada di peserta tidak terlalu jelas disampaikan. Sering terjadi kepada peserta, pada saat menceritakan pengalamannya atau masalah kehidupannya para *host* memotong perkataan dari para peserta dengan *gimmick* yang diberikan, sehingga pesan yang disampaikan tidak dapat diterima oleh penonton.
 - b. Jam tayang yang selesai terlalu malam, membuat tidak semua penontonya dapat menyaksikan program tersebut hingga selesai. Karena durasi yang diberikan hingga terlalu larut malam sehingga menjadikan banyak orang yang menonton tidak sampai selesai, karena besok mereka harus beraktifitas kembali.
 4. Threats (Ancaman)
 - a. Secara visual program ini terlihat baik karena menampilkan tampilan yang bervariasi dan juga menampilkan hal-hal yang menarik, seperti property yang digunakan bahkan juga pencahayaan yang digunakan menambah suasana pada saat program tersebut tayang.
 - b. Program Liga Dangdut episode Kemenangan ini dapat melahirkan putra daerah yang mungkin dipandang sebagian orang sebelah mata. Tetapi dengan adanya program ini dapat melahirkan putra daerah dibidang musik dangdut.
 - c. Pemilihan *host* serta dewan juri yang cocok dalam pembentukan suasana di dalam studio. Sehingga suasana yang dibangun pada saat program itu tayang menjadi baik dan menyenangkan.
- Berdasarkan analisa diatas, maka dapat diketahui perencanaan strategi untuk program Liga Dangdut Indosiar episode kemenangan adalah dengan melakukan inovasi – inovasi dalam berjalanya program tersebut, dengan menghadapi ancaman yang ada pada saat itu. Ancaman terbesar adalah kalah saing dan kalah dalam hal *rating* dan *share* dengan program lain. Karena pada penayangan program ini banyak persaingan untuk mendapatkan *rating* dan *share* dari TV lain seperti saingan dengan sinetron yang dimana memiliki

banyak penonton. Tujuan utama dari penayangan program ini adalah untuk memberikan hiburan bagi penonton terutama orang-orang yang menyukai dangdut. Karena dalam program ini menyajikan musik dan lagu-lagu yang bervariasi sehingga menarik dan banyak orang yang menyukainya. Tidak salah jika pada episode kemenangan ini mendapatkan angka *rating* dan *share* yang tinggi.

Rencana strategi yang diterapkan pada episode ini adalah dengan memberikan penampilan yang memukau dari para peserta, dan juga penampilan kolaborasi antara peserta dan juga para bintang tamu. Yang dimana inilah yang menjadi moment pecahnya acara episode kemenangan. Terlebih pemenang dari Liga Dangdut Indonesia ini berasal dari Aceh, dimana memiliki pendukung yang banyak yang ikut berkontribusi. Tidak hanya itu tetapi kepala daerahpun turut ikut ambil bagian dalam mendukung para peserta yang ada.

Dalam kerjanya tim produksi seperti produser, associate produser serta tim kreatif selalu bertumpu pada data riset yang sudah dikelola oleh divisi programming. Dan hasil riset itulah yang digunakan untuk kinerja program tersebut, jika mengalami penurunan *rating* dan *share* maka tim produksi bersama-sama harus memecahkan masalah yang ada dengan cepat agar tidak kalah dengan staisun TV lain. Tim produksi ini juga melakukan rapat evaluasi, yang bertujuan untuk mengevaluasi hasil penayangan program yang sudah berjalan.

Untuk menambah daya tarik penonton pada program ini

dimasukkan penonton untuk ikut serta bergabung dalam segmen-segmen khusus. Tujuannya adalah agar acara tersebut tidak membosankan dan terus diminati oleh para penontonya. Serta pada penayangannya terdapat kuis – kuis yang mendapatkan hadiah, dimana kuis ini juga yang dapat dijadikan sebuah strategi yang dimana meningkatkan keikutsertaan penonton.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka simpulan yang didapat berdasarkan analisis SWOT bahwa banyak strategi yang digunakan dalam kesuksesan sebuah program, terutama pada program Liga Dangdut 2019 episode kemenangan. Dimana para tim berusaha keras untuk memberikan yang terbaik kepada para masyarakat yang menyaksikan program tersebut. Tidak hanya itu produser dan juga tim kreatif melakukan riset terlebih dahulu, tentang apa yang dibutuhkan dalam program tersebut untuk mendapatkan daya tarik dari penontonya. Hal itu dilakukan pada episode kemenangan, dimana di episode ini mendapatkan *rating* dan *share* yang tinggi itu semua tidak lain karena adanya strategi kreatif yang dilakukan oleh para tim yang ada.

Dengan menampilkan putra daerah pada episode ini yang dimana daerah tersebut merupakan daerah besar yang memiliki pendukung yang sangat banyak. Tidak hanya itu tetapi para kepala daerah juga ikut berperan dalam mendukung para idolanya yang berasal dari daerah tersebut.

Set panggung bahkan pencahayaan juga dapat mempengaruhi daya tarik penonton dalam menyaksikan program

tersebut. Selain itu pemilihan *host* juga dapat mempengaruhi daya tarik penonton untuk terus bertahan dalam program tersebut. Para bintang tamu yang ikut serta dengan menampilkan kolaborasi dengan peserta ditambah dengan aransemen musik dan pilihan lagu yang variatif yang membuat episode kemenangan ini banyak yang menyaksikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdussalam & Wahyudi, *Principles and Strategies of Creative Broadcasting Program For Indonesian Local TV: a Descriptive Study*, Jurnal Komunikasi Malaysia, Jurnal dari Communication Jilid 32 (1), (2016).
- Djamal , H., & Fachruddin , A. (2013). *Dasar-Dasar Penyiaran (Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi)*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group).
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Fachruddin, A. (2016). *Manajemen Pertelevision Modern*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hariyani Nunik, Televisi Lokal Dalam Perencanaan Strategi Kreatif Program Berbasis “Lokalitas” Sebagai Wujud Eksistensi Media, Sosial Vol. 14, No. 2, (2013).
- Indosiar. 2018. Mamah & Aa’ Beraksi. <http://www.indosiar.com/shows/mamah-aa-beraksi> (diakses tanggal 23 Mei 2018 pukul 13.00 WIB).
- Kriyantono, Rakhmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Khusna Ida, Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang Tembung di ADITV Yogyakarta, Jurnal Ilmu Komunikasi, (2014).
- Morissan. (2013). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Murtiadi, Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mision X Trans TV, Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA), Vol. 6, No. 1, (2019).
- Mulyana, Jalaluddin. (2014). *Komunikasi antarbudaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy, (2009). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Pace, W. R., & Faules, F. D. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans.
- Satori, Djam’an Dan Aan Komariah. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016 . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Thoha, Miftah. (2016). *Birokrasi dan Dinamika Kekuasaan*. Jakarta Kencana Prenada Media Group