

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA *TALK SHOW* RUMPI (*NO SECRET*) TRANS TV TAHUN 2018

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Novita Indah Permatasari

20140530147

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

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul
**Manajemen Produksi Program Acara *Talk Show* Rumpi (*No Secret*) Trans Tv
Tahun 2018**



Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn.

2019

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA *TALK SHOW RUMPI (NO SECRET)* TRANS TV TAHUN 2018

Novita Indah Permatasari

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Novita.ip@gmail.com

ABSTRACT

“Rumpi (No Secret)” Talk Show Program airs every Monday to Friday from 4:00 to 5:00 p.m. This program is a merging between a talk show and an infotainment news. Latest news and trends about celebrities which viral on social media are being discussed in this program. This program is guided by a phenomenal host in which she will uncover some facts regarding the hot issue from the guests in each episode. The method used in this research is descriptive qualitative. The object of research is the Production Management of “Rumpi (No Secret)” Talk Show Program on TRANS TV. The research subjects consisted of 4 speakers in which are: the producer, one of the member of creative team and two of the member production assistant team. In this research data collection techniques used are in-depth interviews and documentation. The result of this research is, in undergoing production management there are three stages: the stages of pre-production, the production, and post-production. There is a unique prominence in the production of talk show Rumpi (No Secret) that has a segment of view of coverage that makes this event different from the other because it combines infotainment news format.

Key words : Production Management, Television Program, Rumpi (No Secret) TRANS TV

ABSTRAK

Program acara Talk Show Rumpi (*No Secret*) yang tayang setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat setiap pukul 16.00 – 17.00 WIB merupakan suatu program acara perpaduan talk show dan *infotainment news* yang membahas seputar berita yang sedang viral di media sosial serta berita terkini seputar selebriti yang di pandu oleh *Host* fenomenal yang akan mengungkap beberapa fakta dari narasumber yang dihadirkan di setiap episodenya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Objek penelitian adalah Manajemen Produksi Program Acara Talk Show Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV. Subjek penelitian terdiri dari 4 Narasumber dari pihak keproduseran, tim kreatif dan tim asisten produksi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan, dalam menjalani manajemen produksi terdapat beberapa tahapan, yaitu tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Terdapat keunikan yang menonjol pada produksi acara talk show Rumpi (*No Secret*) yaitu memiliki segmen penayangan liputan yang membuat acara ini beda dari yang lain karena memadukan format *infotainment news*.

Kata kunci : Manajemen Produksi, Program Televisi, Rumpi (*No Secret*) TRANS TV

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media penyiaran yang memang sudah tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Televisi juga merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang ditemukan dengan karakteristiknya yang spesifik yaitu audio visual. Saat ini perkembangan teknologi dalam pertelevisian sudah berkembang pesat sehingga dampak siarannya menyebabkan tidak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lainnya terlebih setelah digunakannya satelit untuk memancarkan signal televisi (Deddy Iskandar, 2005:4). Program dalam televisi sendiri adalah suatu tayangan yang mengandung pesan yang dapat ditampilkan dalam berbagai bentuk maupun format dan merupakan hasil produksi dari stasiun televisi itu sendiri, program dari luar maupun hasil bekerjasama dengan *Production House* (PH) yang menunjang . Program ini pula yang nantinya menjadi faktor penting dalam mendukung finansial suatu perusahaan televisi. Dalam mengelola program pada tayangan televisi pun di butuhkan sumberdaya manusia yang memang kompeten pada bidang pertelevisian serta manajemen program yang baik.

Salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang sampai saat ini masih eksis adalah PT. Televisi Transformasi Indonesia atau biasa dikenal Trans TV. Stasiun televisi yang merupakan bagian dari Transmedia tersebut senantiasa menayangkan program-program berkualitas yang memberikan kontribusi dalam

meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat melalui program – program yang baru, berbeda, kreatif dan Inovatif serta menjadi trendsetter dengan format tayangan *general entertainment*. Adapun jenis – jenis tayangannya meliputi *news, infotainment, reality show, talk show, variety show*, acara kuliner, *travelling, comedy & game show*, religi hingga bioskop film dan masih banyak lagi. Salah satu acara yang saat ini diminati masyarakat Indonesia yaitu acara *talk show*.

Talk show adalah suatu acara atau program yang berisikan perbincangan antara *host* dengan bintang tamu membahas suatu topik tertentu. Adapun acara talk show yang berisi format gosip akhir-akhir ini sedang banyak menarik perhatian masyarakat dan banyak pula bermunculan di stasiun tv lainnya. Acara gossip yang dulunya hanya berupa liputan infotainment saja, saat ini mampu berinovasi dengan menghadirkan format *talk show* tentang gossip dengan menghadirkan langsung narasumber, yaitu bintang tamu yang sedang *viral* digosipkan atau diperbincangkan media dan khalayak luas. Salah satu acara gossip berformat *talk show* pada stasiun Trans TV, yaitu *talk show* Rumpi (*No Secret*) yang di pandu *host* fenomenal bernama Feni Rose. *Talk show* ini hadir dengan sajian bincang – bincang santai mengungkap informasi terbaru dari bintang tamu yang sedang menjadi sorotan masyarakat disetiap harinya dengan mendatangkan langsung bintang tamu tersebut dan menggali informasi secara terbuka tanpa ada yang ditutup-tutupi. Tak hanya berupa *talk show* saja, namun

program ini juga menyajikan suatu liputan infotainment ter-*update* yang membuat acara *talk show* ini berbeda dari yang lainnya. Infotainment didapat dari liputan langsung oleh tim Rumpi ke tempat kejadian perkara bersama narasumber yang bersangkutan yang biasa disebut *Rumpiporter*. *Rumpiporter* dapat berbentuk tayangan video liputan maupun tayangan *live report* saat kejadian berlangsung dan masuk pada segmen pertama yang biasa disebut pula Pojok Rumpi. Pojok Rumpi tersebut adalah segmen dimana pembawa acara membacakan serta menunjukkan video liputan berita terkini yang terjadi pada saat hari dimana acara Rumpi (*No Secret*) sedang tayang *live* maupun *tapping*. Kejadian yang dapat diliput saat *rumpiporter* sendiri biasanya berupa kejadian kasus pidana selebritis, kasus perceraian, sidang hak asuh anak para selebritis, *press conference* film maupun klarifikasi kasus selebritis, berita duka, serta masih banyak lagi.

Menurut penulis yang menarik dari program acara Rumpi (*No Secret*) ini adalah program *talk show* ini tidak hanya menyajikan bincang-bincang melalui *talk show* saja, namun juga memadukan berita infotainment yang disajikan secara santai, menarik, serta faktual langsung dari narasumbernya dan dipandu oleh *host* acara gossip paling fenomenal di Indonesia. “Saat ini masih jarang kita temui bahkan hanya program *talk show* Rumpi (*No Secret*) yang mengusung format *talk show* dipadukan dengan format infotainment *news* saat ini. Rumpi (*No Secret*) juga menghadirkan bintang tamu yang berbeda-beda setiap harinya, bintang tamu yang diundang pun juga tentunya merupakan orang-orang yang sedang hangat

diperbincangkan di media maupun pada khalayak luas. Untuk mampu tetap eksis, program acara *talk show* ini juga tak jarang mengadakan syuting di luar studio, yaitu syuting yang dilakukan ke luar kota maupun ke luar negeri.” Kata Hernata Uli selaku produser program Rumpi (*No Secret*). Episode yang menayangkan syuting di luar studi ini disebut dengan Episode Rumpi Vacation atau Rumpi Jalan Jalan. Dalam distribusinya pun acara Rumpi (*No Secret*) ini juga telah ikut merambah ke dunia digital melalui platform youtube. Setiap episodenya setiap hari akan selalu di *upload* dan ditayangkan di youtube milik Trans TV Official agar para penonton yang tidak sempat menonton di jam tayang acara tersebut dapat menonton ulang melalui *channel* youtube milik Trans TV tersebut.

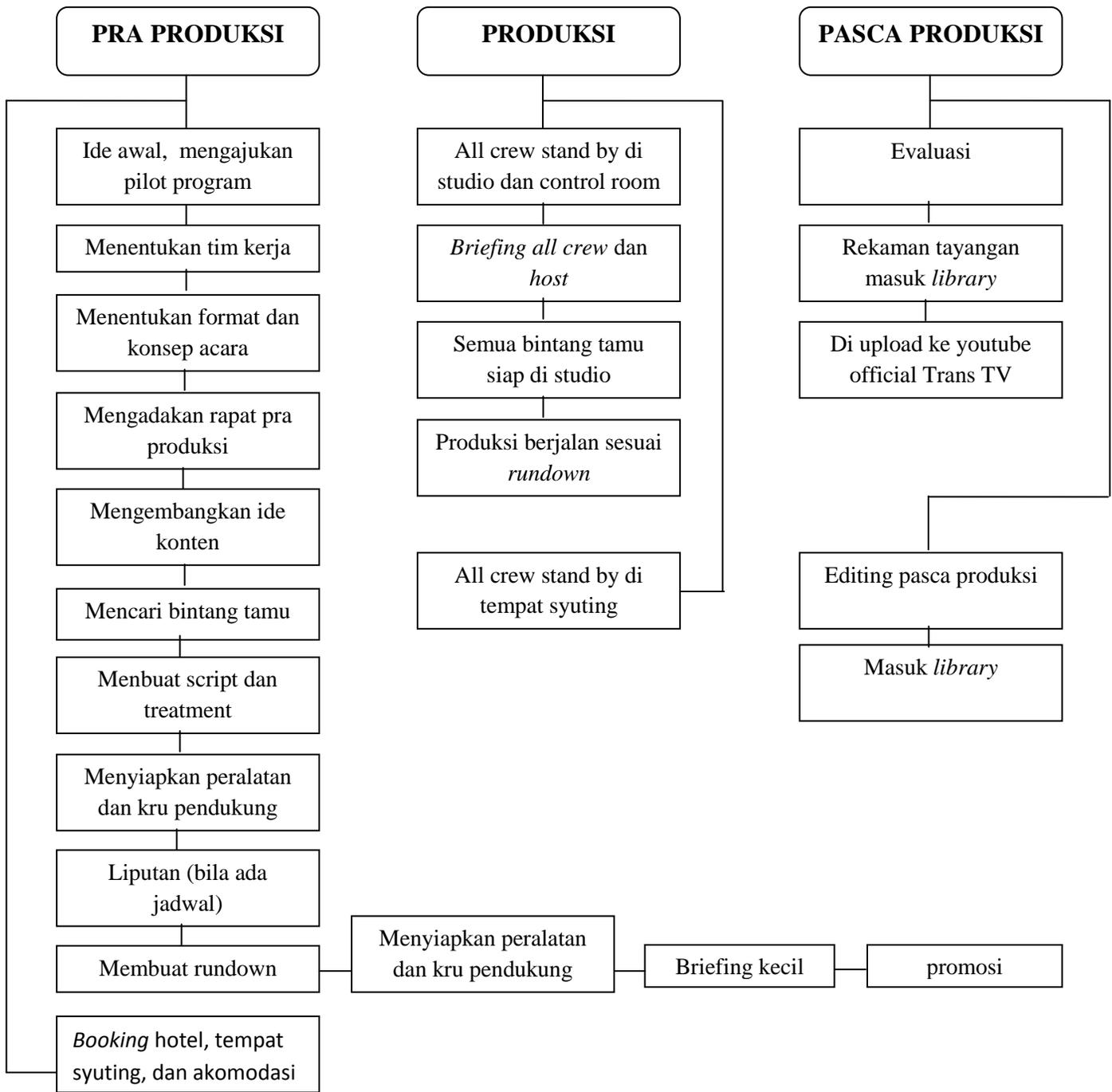
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif dan metode yang digunakan adalah studi kasus deskriptif.

PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menguraikan serta mengaitkan penerapan manajemen produksi program acara Rumpi (*No Secret*) dengan hal – hal yang bersifat teoritis yang menyangkut proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi acara talk show Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV. Untuk mempermudah dalam memahami proses manajemennya, berikut disajikan alur dari manajemen produksi program talk show Rumpi (*No Secret*)

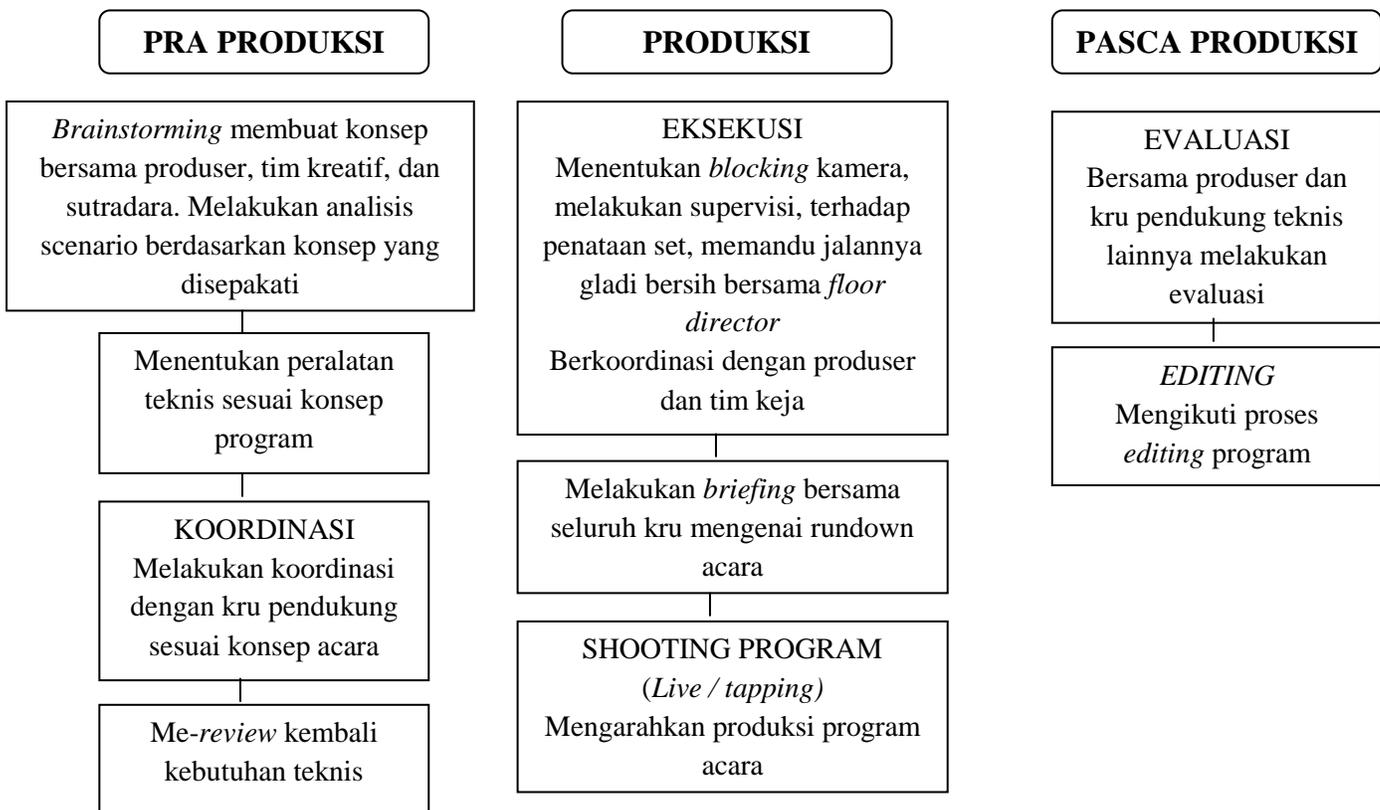
1.3 Alur Manajemen Produksi Acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV



(Sumber : hasil wawancara)

Peneliti menemukan beberapa keunikan yang terdapat pada alur proses manajemen talk show Rumpi (*No Secret*) bila dibandingkan dengan alur proses manajemen produksi program pada umumnya. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan melakukan perbandingan antara alur manajemen proses produksi program Rumpi (*No Secret*) dengan alur manajemen produksi program pada umumnya berdasarkan buku Manajemen Produksi Program acara TV (2013:27) yang ditulis oleh Mabruri, yaitu :

1.4 Alur Proses Manajemen Produksi Acara Televisi



Berdasarkan perbandingan antara alur proses manajemen produksi program talk show Rumpi (*No Secret*) dengan alur manajemen produksi

program televisi umumnya tersebut di atas, ditemukan beberapa keunikan pada alur proses manajemen produksi program Rumpi (*No Secret*) yang tidak dapat diterapkan pada manajemen produksi program lainnya. Keunikan tersebut antara lain:

- a. Tidak adanya peran sutradara pada acara talk show Rumpi (*No Secret*) saat melakukan *brainstorming*
- b. Tidak adanya rehearsal pada tahap produksi program talk show Rumpi (*No Secret*)
- c. Diperlukan proses *booking* tim teknis dan peralatannya tidak ada tim teknis tetap pada program talk show Rumpi (*No Secret*)
- d. Adanya tim liputan untuk menunjang kebutuhan konten program acara
- e. Proses editing dilakukan saat pra produksi, adapun di pasca hanya untuk editing produksi saat *tapping*
- f. Proses distribusi program talk show Rumpi (*No Secret*) berlangsung pada tahap produksi dan pasca produksi

1. Pra Produksi

1.1 Ide awal format program

Ide adalah dasar utama memproduksi suatu program siaran, tanpa adanya ide, tahapan perencanaan produksi berikutnya tidak dapat dilaksanakan (Latief, 2015:73). Berdasarkan pengertian tersebut, tentulah ide merupakan faktor penting terciptanya suatu program acara, termasuk pada

program acara Rumpi (*No Secret*) ini. Terciptanya ide awal pembuatan program ini berawal dari sang pembawa acara yang mempunyai sebuah *Production House (PH)* kemudian ide program ini didiskusikan bersama *crew* produksi TRANS TV, untuk kemudian dibuat *pilot* program untuk diuji coba. Setelah berhasil dan pihak produksi TRANS TV menyetujui, barulah kemudian memikirkan format program, segmentasi serta targetingnya. Dengan demikian proses produksi acara Rumpi (*No Secret*) ini akan berjalan juga dengan bantuan tim dari PH sang pembawa acara.

1.2 Susunan tim produksi

Tim produksi adalah kumpulan beberapa orang yang terlibat sejak awal hingga akhir program. Bekerja mulai dari pra produksi, produksi, dan pascaproduksi (Latief, 2015:123). Susunan tim produksi yang dimiliki oleh program Rumpi (*No Secret*) diantaranya kepala divisi produksi, kepala departemen produksi, eksekutif produser, produser, asosiasi produser, *production assistant*, serta tim kreatif. Sedangkan untuk tim pendukung, TRANS TV menerapkan konsep *rolling* dan *by booking*. Seperti contoh, tim kameramen, audio, *lighting*, *floor director*, *makeup* dan *wardrobe* akan tersedia bila asisten produksi membuat *form booking*. Menurut Maburri, (2013:22) tahap pra produksi, pembagian pekerjaan sesuai dengan kemampuan masing – masing pekerja di bidangnya, serta melegalkan pekerjaan dengan kesepakatan yang telah ditentukan dan ditetapkan secara

bersama. Namun talk show Rumpi (*No Secret*) memiliki tim produksi yang sudah melaksanakan tugas sesuai dengan *jobs desc* tanpa harus melibatkan tim bagian lain untuk mengambil alih tugasnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, peneliti melihat kedisiplinan dan ketepatan mengerjakan suatu tugas sudah dilaksanakan dengan baik, karena Rumpi (*No Secret*) juga merupakan program yang tayang setiap hari maka ketepatan dan kedisiplinan tersebut sangatlah penting.

1.3 Pencarian bintang tamu dan konsep konten

Proses pencarian bintang tamu ini melibatkan riset melalui internet, bisa dari media sosial seperti instagram, bisa juga melalui platform youtube untuk mencari berita terkini dan yang sedang ramai menjadi perhatian masyarakat. Dari temuan – temuan tersebut tim kreatif lalu mencari subjek yang bisa didatangkan menjadi bintang tamu untuk membahas berita tersebut. Tim kreatif mengontak bintang tamu kemudian menentukan tanggal hadir, Apabila dihari produksi ada kejadian yang mesti melakukan liputan tim kreatif dan PA harus bersiap mencari tambahan konten untuk ditampilkan.

1.4 Pelaksanaan rapat pra – produksi

Pelaksanaan rapat pra produksi ini biasanya disebut dengan *briefing* kecil yang hanya dilakukan beberapa tim yang akan bertugas sebagai *lead* di episode yang akan tayang, meliputi kepala departemen atau bisa diwakilkan eksekutif produser, produser, satu *lead* kreatif dan satu *lead PA*. *briefing* atau

rapat tersebut berisi pertimbangan – pertimbangan mengenai konten yang akan ditampilkan, apakah konten tersebut aman untuk di tayangkan sesuai dengan Undang – undang Penyiaran atau belum. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kepala departemen ataupun eksekutif produser, maka *rundown* yang telah dibuat bisa lanjut dijalankan. Pada tahap inilah sering ditemukan kendala banyaknya materi yang diubah atau bahkan disisihkan karena tidak layak tayang, atau dirasa kurang menarik untuk penonton.

1.5 Promosi

Promosi yang di lakukan tim Rumpi (*No Secret*) ada bermacam – macam, baik melalui media sosial maupun dari iklan televisi di stasiun yang menaungi. Pada iklan televisi, promo Rumpi (*No Secret*) berupa tayangan bumper program, sedangkan pada media sosial, Rumpi (*No Secret*) mempunyai sebuah akun instagram, dimana setiap harinya juga melakukan promosi program melalui postingan akun @rumpi_ttv. Selain itu juga trik selanjutnya adalah meminta para bintang tamu yang akan hadir juga ikut mempromosikan di akun instagram mereka masing – masing, dengans eperti itu maka jumlah penonton akan bertambah.

2. Produksi

1.1 Materi / konten

Ketika produksi telah berlangsung, semua materi yang ada di *rundown* dan telah disetujui oleh kepala departemen haruslah tayang tanpa terkecuali.

Karena jika ada yang *miss* artinya kesalahan tersebut datang dari user yang mengoperasikan materi konten tayangan

1.2 Peralatan

Saat produksi berlangsung, semua peralatan tentunya telah tertata sesuai dengan *blockingan* masing –masing.peralatan tambahan biasanya terjadi saat adanya proses *live report* maupun sambungan interaktif.

1.3 Pembagian *Job desc*

Saat produksi berlangsung, kru – kru yang sudah disebutkan diawal mengalami pembagian *job desc* lagi. Yang pertama yaitu Produser dan asisten produser selalu bergantian menjadi penanggungjawab tayangan setiap harinya. Kedua pada tim *Production Assistant* membagi lagi tugas mereka, seperti ada yang menjadi *PA Lead*, serta *PA video* yang bertugas di *control room*. Begitu pula pada tim kreatif juga membagi tugasnya menjadi, tim kreatif lead, tim kreatif rumpiporter (apabila ada liputan) dan tim kreatif bagian *Runner* (membantu segala keperluan *PA lead*). susunan kru tersebut akan berubah setiap harinya agar tetap adil satu sama lain.

3. Pasca Produksi

1.1 Evaluasi

Evaluasi dilakukan saat pasca produksi, dimana ada evaluasi kecil yang diadakan setiap produksi selesai. Dalam evaluasi tersebut membahas kekuarangan apa yang terjadi pada episode saat itu agar dijadikan koreksi

untuk tayangan yang akan datang bisa lebih baik dan lebih bisa meminimalisir kesalahan. Evaluasi tersebut dipimpin oleh produser serta mengajak pula membawa acara. Untuk evaluasi besarnya, biasanya diadakan dua minggu sekali untuk mengevaluasi lebih dalam kekurangan dan agar ditemukan solusi – solusi baru supaya tayangan Rumpi (*No Secret*) lebih menarik.

1.2 Editing

Editing yang terjadi pada pasca produksi berasal dari proses produksi yang dilakukan secara *tapping*. Asisten produksi diawasi oleh produser mengedit kembali hasil produksi serta menambahkan unsure – unsure tambahan di dalamnya.

1.3 Distribusi

Selain distribusi yang dilakukan langsung saat *live* , ada juga distribusi lain, yaitu di *upload* nya tayangan Rumpui (*No Secret*) pada akun youtube milik TRANS TV. Hal tersebut

KESIMPULAN

Dari uraian penelitian yang telah dipaparkan pada bab tiga, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pra Produksi Program Rumpi (*No Secret*)

- a. Program acara talk show Rumpi (*No Secret*) awal mula hadir dari ide pembawa acaranya sendiri yang memiliki PH kemudian bekerjasama

dengan produksi TRANS TV mewujudkan program Rumpi (*No Secret*) ini.

- b. Pencarian konten dan bintang tamu tidak lepas dari internet, karena konten dicari melalui berbagai media sosial, sehingga dapat terlihat apa yang sedang ramai diperbincangkan. Pencarian dilakukan langsung untuk episode seminggu yang akan datang.
- c. Tim produksi Rumpi (*No Secret*) yang memiliki peran penting ialah keproduseran, *production assistant* serta kreatif
- d. Tim pendukung beserta peralatan teknis tersedia hanya *by booking*, atau dibuatnya pesanan terlebih dahulu
- e. Tim kreatif Rumpi (*No Secret*) telah bekerjasama dengan para wartawan dalam hal memburu liputan, inilah yang menjadikan program ini unik, karena selain berformat talk show juga memadukan format *infotainment news*.

2. Produksi Program Rumpi (*No Secret*)

- a. Tahapan produksi diawali dengan *briefing* kecil untuk bintang tamu, host, juga *all crew*.
- b. Ada pembagian *job desc* saat produksi, yaitu tim kreatif lead, tim kreatif rumpiporter (apabila ada liputan) dan tim kreatif bagian *Runner* (membantu segala keperluan PA lead)

- c. Adanya proses liputan langsung, baik secara tayangan video saja maupun tayangan *live report* yang di sambungkan langsung saat kejadian perkara.

3. Pasca Produksi Program Rumpi (*No Secret*)

- a. Ada dua jenis evaluasi, yaitu evaluasi kecil dan evaluasi besar. Evaluasi kecil dilakukan setiap hari pada saat setelah produksi selesai, sedangkan evaluasi besar dilakukan setiap dua minggu sekali untuk memperbaiki kinerja tim dan konten program.
- b. Proses *editing* di pasca produksi hanya terjadi jika dilakukan produksi secara *tapping*, karena perlunya penyuntingan ulang video dan konten yang akan tayang di tanggal yang akan ditentukan nantinya.
- c. Program talk show Rumpi (*No Secret*) juga melakukan distribusi di pasca produksi dengan di *upload* nya rekaman tayangan ke *platform youtube* milik Official TRANS TV, hal tersebut dilakukan untuk mengikuti perkembangan dunia digital informasi saat ini, dimana orang sudah mulai banyak mengakses internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 (Edisi Kesembilan)*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Bejo, Siswanto. (2005). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Choliq, Abdul. (2014). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit Ombak.
- Fachruddin, Andi. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta, Andi.
- Iskandar Muda, Deddy. (2005). *Jurnalistik Televisi (Menjadi Reporter Profesional)* (Edisi Kedua). Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Manajemen Media Massa : Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta : Mata Padi Presindo.
- Latief, Rusman. (2015). *Siara Televisi Non-Drama Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana.
- Mabruri, Anton. (2010). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi*. Depok: Mind 8 Publising House.
- Mabruri KN, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV : Format Acara Non – Drama, News & Sport*. Jakarta : Grasindo.
- Moleong, Lexy. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rakhmat, Jalaludin, (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Subroto. (1992). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Subroto, Darwanto Sastro. (1994). *Produksi Acara Televisi*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Suprpto, Tommy. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Sutrisno Hadi. (1993). *Metodologi Research. Jilid III*. Yogyakarta. Andi Offset.

Yin, R. K. (2005). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Jurnal Online :

Robin, P. (2014). Analisis Produksi Program Fashion “Ilook” di Net TV. *Jurnal Visi Komunikasi, Volume 13*.

Setiawan, B. (2016). Analisis Manajemen Produksi Program Talkshow Redaksi 8 Di Stasiun Tepian TV. *eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 4*.

Internet

<https://www.andrikkusniawan.com/2019/04/frekuensi-trans-tv.html> diakses pada 20 Oktober 2018

<https://www.transtv.co.id/> diakses pada 8 September 2018