

ABSTRAK

TvOne membutuhkan keseriusannya dalam menerapkan strategi dengan menerampilkan format-format yang selalu inovatif dalam hal pemberitaan dan penyajian program lainnya. Seperti program Damai Indonesiaku dimana program tersebut sebagai program religi satu-satunya di stasiun televisi tvOne yang memiliki masa kebertahan selama satu dekade.

Stasiun televisi tvOne merupakan stasiun TV yang memiliki konsistensi dalam program keagamaan, program Damai Indonesiaku terlihat sangat berbeda karena tidak hanya menghadirkan satu pakar agama saja tetapi menghadirkan dua atau tiga pakar agama dan tidak hanya itu-itu saja dalam setiap episodenya. Yang membedakan program damai Indonesiaku dengan program keagamaan lainnya terletak pada lokasi produksi, dimana lokasi produksi program Damai Indonesiaku tidak hanya berpaku di satu tempat tetapi berpindah dari masjid ke masjid dan di produksi secara live, dimana saat live dibutuhkan kerja sama tim yang kuat dan membutuhkan strategi kreatif dalam mempertahankan program.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif yang di terapkan pada produser program Damai Indonesiaku yang telah memiliki masa ketahanan program dalam satu dekade. Maka dari itu penelitian ini membahas bagaimana tindakan strategi kreatif produser. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dari 13 element strategi kreatif menurut naratama, yang menjadi perhatian khusus bagi produser yaitu, target penonton, format acara, music, clip hanger dan juga interactive program. Strategi tambahan khusus dan strategi terpenting yang produser terapkan untuk mengembangkan program yaitu, VT Highligh, qori, quotes, lokasi, dan penceramah.

Kata kunci: strategi kreatif, produser, eksistensi program.