

**STRATEGI KREATIF TIM PRODUKSI ONE PRIDE tvOne
DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT AUDIENS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



**RIFQI NOVA
1241913018**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya ilmiah saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : RIFQI NOVA

NIM : 1241913018

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rifqi Nova', with a small circular mark above the 'i'.

Tanggal : 20 Februari 2026


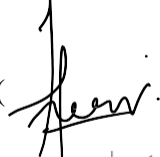

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rifqi Nova
NIM : 1241913018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Strategi Kreatif Tim Produksi One Pride MMA
tvOne Dalam Mempertahankan Minat Audiens

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS), Univeristas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si ()
Pembahas 1 : Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom ()
Pembahas 2 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 Mei 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Kreatif Tim Produksi One Pride tvOne Dalam Mempertahankan Minat Audiens”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar akademik Sarjana Manajemen.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari persaingan tayangan yang mendorong industri media untuk terus berinovasi, khususnya dalam mempertahankan audiens yang mampu meningkatkan *rating & share*. Melalui penelitian ini, penulis berupaya mengkaji strategi kreatif tim produksi One Pride tvOne.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti sejak tahap perencanaan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Dosen Pembahas I, atas saran, kritik, dan pandangan akademik yang konstruktif demi penyempurnaan penelitian ini.
3. Dosen Pembahas II, atas masukan dan evaluasi yang diberikan sehingga skripsi ini dapat disusun secara lebih sistematis dan komprehensif.
4. Tim Produksi Program One Pride tvOne, yang telah memberikan kesempatan, informasi, serta pengalaman empiris yang sangat berharga bagi penulis dalam pelaksanaan penelitian ini.
5. Teman-teman, yang telah memberikan dukungan moral, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 20 Februari 2026



Rifqi Nova

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqi Nova
NIM : 1241913018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, bertujuan untuk memberikan kepada Universitas Bakrie hak bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI KREATIF TIM PRODUKSI ONE PRIDE TVONE DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT AUDIENS

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam segala bentuk data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 20 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Rifqi Nova

STRATEGI KREATIF TIM PRODUKSI ONE PRIDE tvOne DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT AUDIENS

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan konvergensi media telah mengubah pola konsumsi masyarakat terhadap televisi, sehingga industri penyiaran menghadapi fragmentasi audiens dan persaingan yang semakin ketat. Program One Pride Mixed Martial Arts (MMA) tvOne sebagai tayangan sportainment dituntut untuk mampu mempertahankan minat menonton audiens di tengah dominasi program hiburan serta pergeseran konsumsi ke platform digital. Meskipun berada pada slot prime time akhir pekan yang kompetitif, program ini menunjukkan stabilitas share sejak tahun 2016. Hal tersebut mengindikasikan adanya strategi kreatif yang dijalankan secara konsisten oleh tim produksi dalam menjaga keterlibatan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kreatif tim produksi Program One Pride MMA tvOne dalam mempertahankan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim produksi, observasi proses produksi pada periode 2 November hingga 13 Desember 2025, serta dokumentasi program. Analisis dilakukan menggunakan kerangka Strategi Komunikasi Kreatif Produksi yang mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengemasan akhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif diwujudkan melalui penerapan konsep sportainment, yang diimplementasikan melalui storytelling dalam pembangunan narasi petarung, penggunaan unsur lokalisasi, dramatisasi visual dalam proses produksi, serta integrasi elemen hiburan dalam struktur acara. Strategi tersebut mampu membangun keterlibatan emosional audiens dan mempertahankan minat menonton secara berkelanjutan di tengah persaingan industri media.

Kata kunci: Konvergensi Media, One Pride MMA tvOne, Produksi Televisi, Sportainment, Strategi Kreatif

**CREATIVE STRATEGIES OF THE ONE PRIDE TVONE PRODUCTION
TEAM IN MAINTAINING AUDIENCE INTEREST**

ABSTRACT

The development of digital technology and media convergence has transformed audience consumption patterns of television, leading the broadcasting industry to face audience fragmentation and increasingly intense competition. The One Pride Mixed Martial Arts (MMA) tvOne program, as a sportainment broadcast, is required to maintain audience viewing interest amid the dominance of entertainment programs and the shift toward digital platforms. Despite airing in a competitive weekend prime-time slot, the program has demonstrated stable audience share since 2016. This indicates the presence of consistently implemented creative strategies by the production team in maintaining audience engagement. This study aims to describe the creative strategies employed by the production team of the One Pride MMA tvOne program in maintaining audience interest. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the production team, observation of the production process during the period of November 2 to December 13, 2025, and program documentation. The analysis was conducted using the Creative Production Communication Strategy framework, which includes the stages of planning, execution, and final packaging. The results show that creative strategies are realized through the implementation of the sportainment concept, applied through storytelling in constructing fighter narratives, the use of localization elements, visual dramatization in the production process, and the integration of entertainment elements within the program structure. These strategies are able to build emotional audience engagement and sustain viewing interest amid the competitive media industry.

Keywords: *Creative Strategy, Media Convergence, One Pride MMA tvOne, Sportainment, Television Production*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep Yang Relevan	12
2.1.1 Strategi Kreatif dalam Produksi Program Televisi	12
2.1.2 Strategi Kreatif dalam Tahapan Produksi Program	13
2.1.3 Sportainment sebagai Strategi Kreatif	14
2.1.4 Mempertahankan Audiens dalam Program Televisi.....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	18
2.3 Model Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	29
3.2 Obyek dan Subyek.....	30
3.3 Pengumpulan Data	32
3.4 Analisis Data	36
3.5 Triangulasi Data	37
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.2 Penyajian Data	43

4.2.1 Strategi Kreatif pada Tahap Perencanaan	43
4.2.2 Strategi Kreatif pada Tahap Pelaksanaan Produksi.....	48
4.2.3 Implementasi Sportainment dalam Produksi.....	51
4.2.4 Strategi Kreatif pada Tahap Pengemasan Akhir.....	54
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	57
4.3.1 Perumusan Arah Kreatif sebagai Dasar Produksi Program.....	57
4.3.2 Implementasi Konsep Kreatif dalam Proses Produksi Siaran.....	60
4.3.3 Strategi <i>Sportainment</i> dalam Mempertahankan Minat Menonton Audiens.....	62
4.3.4 Penguatan Makna Tayangan melalui Proses Pascaproduksi	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	69
5.3 Saran dan Implikasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Penggunaan Media Sosial di Indonesia 2025	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Petarung One Pride Hingga 2023.....	3
Gambar 1. 3 Rating & Share Live Event One Pride 2016-2025	8
Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4. 1 Akun Channel YouTube One Pride MMA	42
Gambar 4. 2 Akun Channel Instagram Onepride MMA.....	42
Gambar 4. 3 Akun Channel Facebook One Pride MMA	42
Gambar 4. 4 Rapat Tim Produksi One Pride MMA.....	43
Gambar 4. 5 Iklan Instagram Pertandingan One Pride MMA tvOne (2025)	47
Gambar 4. 6 Proses Pelaksanaan Program One Pride MMA.....	49
Gambar 4. 7 Berbagai Angle yang Memperlihatkan Ekspresi Atlet	50
Gambar 4. 8 Setiap Episode yang Menampilkan Pengalaman Tanding Atlet	56
Gambar 4. 9 Potongan Tayangan Ringkas yang Ditayangkan di YouTube.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kompetitor Tahun 2016 dan 2025	7
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3. 1 Operasional Konsep/Isu.....	38