



MANAJEMEN STRATEGI DALAM PRODUKSI DOKUMENTER TELEVISI “TITISAN NUSANTARA” EDISI “ JEJAK WARISAN BUDAYA SEBATANG KLEMBAK MENYAN”

Luthfiah Syakira^{1*}, Edi Giantoro²

^{1,2} Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta

*) corresponding author

Keywords	Abstract
SOAR Strategy, Production, Television Documentary	<i>Managing a production team in creating a television program requires a strategy to get the process and results according to plan. The thesis on the creation of the production work of Strategic Management in the Production of the Television Documentary "Titisan Nusantara" edition of "The Traces of the Cultural Heritage of Sebatang Klembak Menyan" aims to produce a production team management that has the strength to achieve the same vision and mission goals. The strategic aspect in managing the team is very important so that producers can use the Strength, Opportunities, Aspirations, Results (SOAR) analysis strategy in three stages of the production process, starting from pre-production, production, and post-production so that the production process runs comfortably for each element. In compiling this documentary program, two methods are used, namely observation and interviews with sources related to the work. This documentary work is presented with a historical documentary type. The producer uses several television programs as references to be developed into the "Titisan Nusantara" program edition of "The Traces of the Cultural Heritage of Sebatang Klembak Menyan". By using the SOAR analysis strategy, producers can focus on the strengths and interests of the team to achieve strategic thinking and planning in producing and leading a team to discuss the history of Klembak Menyan cigarettes optimally so that information can be conveyed to the public.</i>

1. PENDAHULUAN

Televisi menjadi suatu media massa yang mengikuti perkembangan teknologi penyiaran yang sangat pesat. Perkembangan televisi juga terjadi pada inovasi dalam format program acara yang disiarkan sesuai kebutuhan dan keinginan audien berdasar kepada pedoman perilaku penyiarannya. Melalui format produksi yang kreatif, dan program acara yang inovatif acara yang ditayangkan sebuah stasiun televisi menjadi lebih menarik minat penonton.

Format program acara televisi terbagi menjadi dua jenis yakni program informasi yang berdasarkan fakta (non fiksi) dan program hiburan yang bersifat fiksi, namun kedua nya dapat dipadukan dalam program non fiksi. Program informasi dapat disajikan dalam bentuk video yang

merupakan fakta yang berisi cerita berdasarkan data serta bukan cerita yang di reka-reka dan dikemas dengan kreatif. Program dokumenter televisi merupakan program yang bersifat informatif, dibuat dengan cara merekonstruksikan suatu peristiwa nyata kedalam cerita. Dokumenter televisi biasanya dibuat dengan tujuan tertentu yakni untuk mengungkap suatu peristiwa yang pernah terjadi dengan menyusun informasi yang faktual tanpa mendramatisir alur ceritanya. Istilah film dokumenter diperkenalkan oleh Robert Flathery di tahun 1926, dengan merilis film dengan judul *Moana* yang bergenre cerita non-fiksi. Dalam perjalanannya, film dokumenter sering dijadikan media kritik sosial dengan memotret hal-hal kelam yang tidak ditampilkan di genre film lain. Naratama (2004:65) berpendapat dokumenter adalah format non fiksi yang melibatkan kreativitas dalam mengolah imajinasi dari realitas sehari-hari yang memberikan gambaran nyata tanpa perlu mengimpretasikan ulang kehidupan atau memasuki dunia khayalan. Fokusnya terletak pada penyajian visual yang baik untuk mengkomunikasikan realitas dengan kejelasan.

Memproduksi sebuah dokumenter televisi akan melibatkan banyak orang dengan berbagai profesi sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Produser menjadi orang yang pimpinan jalannya proses produksi dan bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan seluruh tahapan proses produksi yang dimulai dari tahap pra produksi (*pre production planning*), produksi (*production*), hingga pasca produksi (*post production*). Dalam menjalankan proses produksi, produser memiliki tujuan atau visi agar proses dapat berlangsung dengan efektif dan efisien, namun kualitas tayangan program tetap terjaga. Agar tujuan tersebut dapat dicapai, produser harus menerapkan strategi tertentu agar sumber daya yang tersedia dapat dikelola secara optimal. Mengutip pendapat Morissan (2008:274) produser merupakan orang yang bertanggung jawab mengubah ide/gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis dan dapat dijual. Produser harus memastikan adanya dukungan berbagai sumberdaya yang cukup, dan mengelolanya dengan taktis sampai terlaksananya produksi program dengan baik, sesuai dan akuntabel.

Dalam melakukan aktivitas produksi sebuah program acara, sering diperlukan langkah strategis dari seorang produser. Strategi merupakan sebuah perencanaan dari seorang produser untuk memimpin suatu kelompok. Kemampuan manajerial harus dimiliki produser dalam mengelola berbagai fungsi manajemen yakni perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan/penggerakan (*actuating*), pengawasan dan evaluasi (*controlling*). Jika fungsi manajemen tidak bisa tercapai atau tidak berjalan optimal, maka kegiatan tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya, karena seluruh jalannya produksi bergantung pada manajemen yang diatur oleh produser. Menurut Tommy Suprpto (2013:54) Strategi produser adalah seseorang yang ditunjuk mewakili produser pelaksana (*executive producer*) untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh produser pelaksana. Seorang produser harus memiliki kemampuan berfikir dan menuangkan ide/pemikiran dalam satu tulisan (*proposal*) untuk suatu program acara secara baik sistematis serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan bekerjasama dengan seluruh kerabat dan unsur-unsur produksi yang terkait.

Mengelola sebuah tim produksi dalam menciptakan program televisi memerlukan strategi agar proses dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan program yang sesuai dengan perencanaan. Analisis SOAR (*Strength, Opportunities, Aspiration, Results*) berfokus pada hal-hal positif yang sudah ada dan dimiliki oleh tim produksi. Metode ini melakukan penilaian pada poin-poin kekuatan internal yang ada pada tim, kesempatan yang memungkinkan diperoleh tim, melakukan apresiasi pada gagasan yang positif dan menilai hasil. Metode SOAR dapat menjadi alat dalam merancang strategi yang sesuai dengan visi dan tujuan produser.

Mengutip pendapat Stravos dan Hinrichs (2009:12) SOAR memfokuskan pada kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh sebuah organisasi, kelompok, atau bisnis. Pendekatan ini mengarahkan perhatian pada potensi untuk menjadi yang terbaik, inovatif, peningkatan nilai, perencanaan yang menghasilkan implementasi serta fokus pada hasil yang diinginkan dan tidak terfokus pada kelemahan. Kinerja tim dapat berjalan dengan penuh motivasi dan juga energi positif agar produksi berjalan lebih maksimal dan suasana kerja lebih menyenangkan sehingga analisis ini harus disusun sedari awal sejak proses produksi terbentuk.

Tujuan penelitian

a. Produser

Mengutip Rahmawati & Rusnadi (2011) produser menjadi orang yang bertanggung jawab secara umum terhadap proses produksi suatu program siaran. Tugas dan perannya dimulai sejak tahap pra produksi, pelaksanaan produksi dan pasca produksi. Tahapan pra produksi, meliputi pengembangan dan penentuan ide tema, mengorganisir tim produksi dan sumberdaya lainnya, dan menentukan waktu pelaksanaan produksi. Pada tahap produksi, produser bertugas mengkoordinasikan semua kegiatan proses produksi dan pada tahap pasca produksi bertugas memimpin pelaksanaan editing video dan audio, serta melakukan evaluasi.

b. Strategi SOAR

Proses produksi dokumenter televisi Jejak Budaya Warisan Sebatang Klembak Menyan melibatkan tim produksi berjumlah sebelas orang yang mengelola berbagai sumberdaya serta melibatkan beberapa narasumber serta penyandang dana. Tim memiliki target untuk menyelesaikan program dokumenter televisi ini dalam waktu singkat yakni dua belas hari kerja. Format dokumenter format televisi ini merupakan karya audio visual yang dipergunakan sebagai materi sosialisasi tentang rokok ilegal kepada masyarakat sesuai keinginan penyandang dana. Produser sebagai pimpinan dari tim produksi menerapkan strategi SOAR (*Strength, Opportunity, Aspiration, Result*) sebagai metode untuk mengelola sumberdaya internal dalam kerangka kerja yang dipergunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang diinginkan. Berikut Tabel identifikasi analisis SOAR.

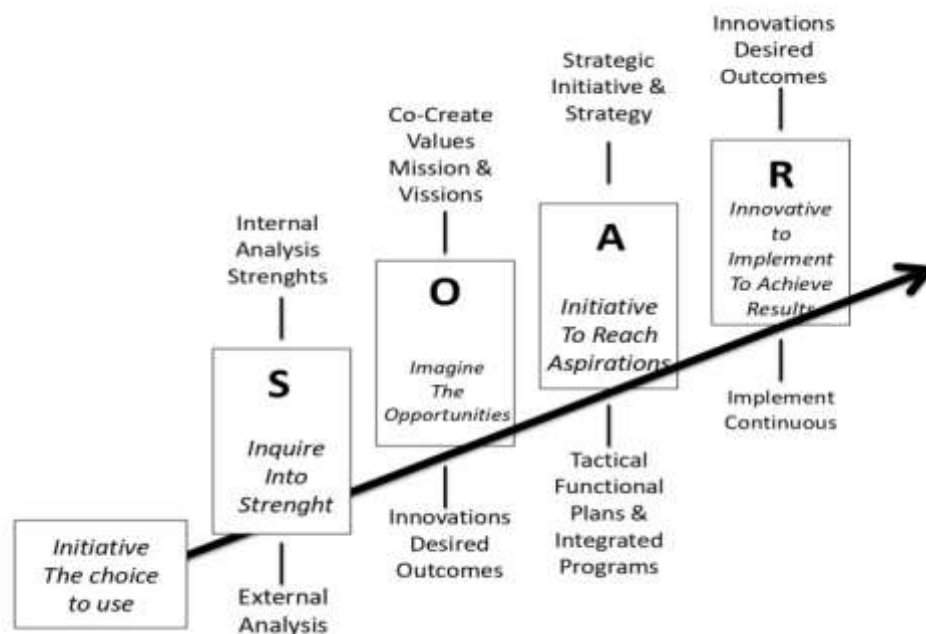
Tabel 1. Identifikasi SOAR

Internal Eksternal	Strenght Daftar Faktor Kekuatan Internal	Oppurtunities Daftar peluang Eksternal
Aspirasi Daftar faktor harapan dari internal	Strategi SA Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi	Strategi OA Strategi yang berorientasi pada aspirasi yang diharapkan untuk memanfaatkan peluang
Result Daftar hasil yang terukur untuk diwujudkan	Strategi SR Menciptakan strategi yang berdasarkan kekuatan untuk mencapai hasil yg terukur	Strategi OR Strategi yg berorientasi kepada kesempatan utk mencapai Result yg sudah terukur

Sumber: Hasyim (2023)

Menurut Wiwid Syahdiyah Sugiarti (2023) strategi SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) sebagai kerangka kerja perencanaan merupakan pendekatan dinamis, modern, dan inovatif dalam membangun pemikiran strategis, menilai individu dan tim untuk berbagi aspirasi, dan menentukan hasil yang dapat diukur dan bermakna. Analisis SOAR menekankan pada aspek-aspek aspirasi dan hasil yang dapat diukur sesuai yang ingin dicapai. Pendekatan ini berargumen bahwa faktor kelemahan dan ancaman dapat menciptakan perasaan negatif pada anggota organisasi, sehingga dapat mengurangi motivasi untuk memberikan yang terbaik. Seseorang, atau sebuah tim

bahkan organisasi dapat menyusun kerangka kerja yang strategis untuk membangun kolaborasi, pemahaman bersama, dan komitmen untuk masa depan.



Gambar 1. Model Kerangka SOAR

Sumber : Sugiyarti dkk (2023)

Pada konteks pengelolaan sumberdaya internal maupun eksternal yang dimiliki, produser menjadi penentu kebijakan administratif dan teknis dalam memproduksi dokumenter televisi ini sehingga perannya sangat penting dalam penerapan strategi SOAR.

c. Program Dokumenter

Dokumenter televisi merupakan salah jenis format program di televisi yang memiliki muatan isi/pesan bersifat faktual dan informatif. Mengutip pendapat Fahrudin (2012:318) dokumenter merupakan film yang menceritakan sebuah kejadian nyata dengan kekuatan ide kreatornya dalam merangkai gambar menarik menjadi istimewa secara keseluruhan. Format dokumenter disusun dengan merekonstruksi kejadian/peristiwa yang sudah terjadi secara kreatif dan menarik, menjadikan program ini sering dipergunakan sebagai materi edukasi melalui penayangan di berbagai *platform* media informasi. Dalam proses produksi program dokumenter televisi diperlukan kerjasama yang kompak di dalam tim, oleh karenanya seorang produser program dokumenter dituntut memiliki kemampuan manajerial dan menguasai berbagai strategi untuk mengelola sumberdaya yang dipergunakan.

d. Tahapan Produksi Acara Televisi

Produksi program atau acara televisi seperti jenis dokumenter televisi memiliki tahapan yang dilakukan oleh produser bersama tim produksinya. Tahapan tersebut yakni *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang meliputi tahap praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Praproduksi menjadi tahap perencanaan produksi dengan menkonsolidasikan semua sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan dan mengembangkan ide cerita yang dituliskan ke dalam sebuah naskah. Tahap produksi merupakan eksekusi, yakni melaksanakan perencanaan yang telah disusun bersama tim produksi. Tahap akhir yakni pascaproduksi yang menjadi tahap untuk melakukan editing video, mixing audio dan evaluasi. Tahapan-tahapan tersebut sangat krusial untuk menghasilkan program karena dalam operasionalnya melibatkan beberapa tenaga ahli dan sumberdaya lain agar efisien dan efektif.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan komponen penting dalam proses penelitian, yang menentukan penelitian dilakukan dan data dikumpulkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, dan perasaan subjek secara mendalam. Pendekatan ini sesuai untuk memahami konteks dan makna dari fenomena yang diteliti. Penentuan metode penelitian penting untuk memperlancar proses dalam penelitian dan menganalisis hasil sehingga dapat dipercaya. Jenis penelitian yang dipergunakan dalam menganalisis penciptaan karya ini yakni jenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu (Eriyanto, 2011:47) Analisis deskriptif kualitatif dilakukan dengan menginterpretasikan penggunaan analisis SOAR pada tahapan praproduksi, produksi dan pascaproduksi program dokumenter kepada sumber daya manusia dan sumber daya lainnya serta pihak penyandang dana.

2. PEMBAHASAN

Penerapan analisis SOAR dalam mengelola sebuah tim produksi bertujuan agar proses produksi berjalan sesuai dengan perencanaan menggunakan aspek kekuatan internal yang dimiliki tim, peluang dan aspirasi pada tim sehingga dapat dirumuskan hasil yang terukur. Hasil identifikasi pada aspek-aspek dalam strategi SOAR dari tim ditunjukkan pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2. Analisis SOAR

	Strenght (S)	Opportunities (O)
	a. Tim produksi memiliki komitmen, pengalaman, keahlian dan kemampuan teknis dalam membuat dokumenter yang kreatif. b. Kerjasama dengan Bea Cukai memberikan akses pada informasi dan sumber daya yang sulit diperoleh c. Tim memiliki koneksi dengan berbagai pihak yang bisa membantu pengumpulan informasi dan bahan dokumenter.	a. Masyarakat membutuhkan pemahaman tentang peran dan fungsi bea dan cukai pada produk rokok tradisional b. Program menjadi bagian dari kampanye besar bea dan cukai yang menarik. c. Peluang berkolaborasi dengan <i>platform</i> digital dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan dan dampak dari dokumenter.
Aspiration	SA	OA
a. Meningkatkan kemampuan tim melalui pelatihan dan workshop yang relevan. b. Dokumenter yang informatif meningkatkan kesadaran masyarakat pada peran penting bea dan cukai bagi negara. c. Aspirasi tidak hanya menyelesaikan satu proyek, namun menciptakan dokumenter yang berkelanjutan	a. Menghasilkan dokumenter yang informatif, menarik bagi masyarakat b. Tersampainya pesan kepada masyarakat dan memuaskan bagi bea dan cukai c. Meningkatkan motivasi tim produksi karena kepercayaan pihak luar	a. Meningkatkan penggunaan media sosial sebagai media sosialisasi b. Terjalannya kerjasama yang semakin baik dengan bea cukai c. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap kebenaran dokumenter
Result	SR	OR
a. Hasil akhir yang diharapkan dokumenter yang edukatif, menarik secara visual dan naratif b. Meningkatnya interaksi dan diskusi di media sosial serta <i>platform</i> lain mengenai topik yang diangkat. c. Mendapatkan umpan balik positif dari bea dan cukai serta audiens yang menunjukkan informasi disampaikan dengan jelas dan efektif.	a. Meningkatnya kepercayaan dan partisipasi masyarakat melalui dokumenter yang dapat dipercaya b. Meningkatnya kepercayaan tim pada perannya menghasilkan dokumenter yang bermanfaat c. Meningkatnya kemampuan tim dalam menghasilkan program sejenis	a. Memperluas jaringan pada instansi pemerintah maupun swasta b. Terbukanya peluang kerjasama dengan instansi lain c. Membantu sektor riil memahami regulasi bidang usaha

Analisis dari Tabel 2. memberikan gambaran bahwa tim produksi berkomitmen dan memiliki visi yang sama untuk mengeksekusi produksi dokumenter televisi sesuai kesepakatan dengan penyandang dana. Persoalan dalam tim saat pelaksanaan dapat muncul menjadi resiko yang harus diantisipasi oleh produser. Konsep konstruksi pesan pada dokumenter telah menjadi kesepakatan, namun komitmen pelaksanaan menjadi kewajiban tim untuk mengolah pesan agar sesuai peruntukan program dokumenter menjadi media sosialisasi. Analisis SOAR pada tabel 2 mencerminkan penilaian produser dengan strategi yang diterapkan sebagai berikut :

a. *Strength* (kekuatan).

Identifikasi pada kekuatan dari internal tim produksi yakni memiliki personal yang cukup dan keahlian pada bidang masing-masing yang diperlukan dalam proses produksi dokumenter televisi yang kreatif.

1. Tim produksi memiliki keahlian pada bidangnya, berkomitmen dan tujuan yang sama menjadi sebuah kekuatan besar dapat yang dapat mendorong motivasi dari tim. Produser melakukan *Pre Production Meeting* untuk menyamakan dan mayakinkan tim agar memiliki tujuan yang sama. Melalui komitmen pada tujuan, proses pengerahan anggota tim lebih cepat dan berjalan dengan satu pandangan yang sama tentang pada proses penyusunan konsep pesan, proses produksi dan hasil.
2. Kepercayaan dari pihak bea dan cukai kepada anggota tim produksi ini menjadikan setiap anggota bekerja keras sesuai tugas dan prosedur. Kerjasama yang telah dibentuk memberikan kemudahan akses kepada Produser untuk lebih mudah mendapatkan sumber informasi yang terpercaya maupun pada sumber daya pendukung seperti perijinan dan kesediaan waktu dalam melakukan wawancara dengan sumber informasi.
3. Keahlian dari masing-masing personil pada kompetensinya menyeimbangkan tujuan dan motivasi yang dimiliki dari setiap personil. Kompetensi anggota tim memberikan kepercayaan di internal maupun pihak eksternal terhadap kemampuan untuk menyelesaikan proyek, dan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi narasumber dan lokasi untuk *shooting*.

b. *Opportunities* (peluang)

Identifikasi pada aspek peluang yang dimiliki tim yakni pada bentuk kerjasama dengan pihak bea dan cukai yang menginginkan media untuk kampanye kegiatannya. Format program dokumenter yang bersifat informatif sangat diperlukan masyarakat dan pelaku usaha di bidang tertentu dapat menjadi media edukasi.

- a Dokumenter Warisan Nusantara bersifat informatif, kreatif dan menarik sehingga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat kepada sejarah usaha rokok pada pembangunan ekonomi negara. Pesan disusun secara berurutan / kronologis mengangkat peran masyarakat sebagai pelaku usaha pada pembangunan, serta tugas fungsi bea cukai menjadikan program sangat dibutuhkan oleh masyarakat.
- b Program dokumenter yang dibuat dipergunakan sebagai media kampanye / sosialisasi oleh pihak bea cukai sehingga konsep konstruksi pesan disusun dengan kreatif, menarik perhatian agar lebih mudah diterima masyarakat.
- c Format program dokumnter yang dibuat fleksibel sehingga dapat disesuaikan penggunaanya untuk kebutuhan *platform* media lain termasuk media sosial. Penggunaan media sosial seperti *tik tok*, *instagram* maupun *face book* yang banyak dipergunakan oleh masyarakat saat ini menjadikan peluang yang mudah dan murah untuk menjangkau lebih banyak audien.
- d. *Aspirations* (aspirasi)

1. Secara internal aspirasi diwujudkan oleh produser di dalam tim yakni dalam pengembangan ide dilakukan secara terbuka dan menyeleksi secara terbuka seluruh masukan dan mempertimbangkan ide-ide tim dalam mengambil sebuah keputusan. Kemampuan dalam tim dapat dipertimbangkan untuk ditingkatkan melalui berbagai pelatihan pengembangan diri.
2. Dokumenter yang diciptakan tim produksi sangat informatif sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang peran penting bea cukai dan usaha masyarakat.
3. Keberhasilan dalam produksi program dokumenter ini dapat mendorong kerjasama yang berkelanjutan untuk menciptakan program lain di masa yang akan datang. Bentuk aspirasi pada keberhasilan dapat meningkatkan semangat dan penghargaan bagi tim.

c. Results (hasil)

1. Isi pesan dokumenter menghasilkan informasi yang tuntas dibahas dan kreatif karena aspek pembahasan berkesinambungan. Dokumenter yang diberi judul *Titisan Nusantara* disetujui oleh bea cukai, membahas persoalan budaya rokok klembak menyana sebagai suatu produk yang dilihat dari berbagai sudut pandang, mulai dari budaya, sejarah, keunikan, dan perijinan yang legal.
2. Penayangan melalui media sosial atau *platform* lainnya dapat melibatkan interaksi audien untuk melakukan diskusi lebih mendalam. Pesan yang disampaikan secara audio visual cenderung lebih menarik perhatian masyarakat.
3. Dokumenter *Titisan Nusantara* menjadi bahan sosialisasi oleh bea cukai sehingga seluruh informasi harus disampaikan secara jelas agar mudah dipahami oleh masyarakat sekaligus mengedukasi. Bea dan cukai sebagai pengguna dokumenter mengapresiasi dan telah menayangkan dokumenter ke dalam *platform You Tube official* nya. Informasi yang tidak bertele-tele juga berhasil diciptakan oleh program ini dengan tidak melewatkan informasi yang disampaikan.

Penerapan strategi manajemen SOAR dalam menganalisis proses produksi mendapatkan gambaran bahwa sebuah tim produksi dokumenter lebih efektif apabila difokuskan pada kekuatan dan minat tim dan memanfaatkan empat hal yang saling berkesinambungan antara *strength*, *opportunities*, *aspirations*, dan *results*. Dengan menganalisis faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan maupun faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang secara tepat maka produser dapat mengendalikan proses produksi agar lebih efektif, sesuai dengan tujuan.

KESIMPULAN

Penerapan analisis SOAR dalam strategi manajemen pada produksi dokumenter televisi memungkinkan *produser* untuk mengidentifikasi kekuatan internal, memanfaatkan peluang eksternal, mengartikulasikan aspirasi, dan mengukur hasil pencapaian tujuan. Dengan pendekatan ini, produser dapat merancang dan melaksanakan strategi yang efektif untuk menghasilkan konten dokumenter yang berkualitas yakni memiliki pesan informatif yang bermanfaat, tampilan program yang menarik dan menambah pengetahuan yang mendidik bagi masyarakat. Penciptaan karya dokumenter televisi membutuhkan perencanaan dan persiapan yang matang sejak tahap praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Strategi SOAR, bermanfaat untuk melakukan analisis pada kekuatan internal, peluang eksternal yang diperoleh, aspirasi sebagai arah masa depan dari tim produksi dan mendapatkan hasil yang terukur dari karya tim. Produser sebagai pemimpin tim

produksi harus memahami kekuatan dan kelebihan tim serta selalu melibatkan tim dalam mengambil keputusan. Bentuk kerjasama dengan pihak ketiga dapat dikembangkan untuk memberikan tingkat kepercayaan internal maupun eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- . 2017. Menjadi Produser Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cangara, Hafied. 2012. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Usman. 2014. Asas Manajemen. Jakarta: Rajawali Pers
- Fahrudin, Andi. 2012. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta : Kencana
- Handoko, Hani T. 2012. Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi. Yogyakarta: BPFE UGM
- Hasyim, Muhamad Ardi Nupi. 2023. Penerapan Analisis SOAR Dalam Strategi Pengembangan Hotel di Kota Bandung. Jurnal Riset Manajemen Indonesia (JRMI) Vol. 5 No. 1
- Hilanudin, Yudi Nur. 2019. Strategi Produser Dalam Meningkatkan Rating dan Share Program Redaksi CNN Indonesia Siang. Jakarta: Universitas Budi Luhur
- Laksono, Anjar Hardy & Suhendra Atmaja. 2021. Peran Produser dalam Produksi Program Televisi Dokumenter "Home of Nusantara". Jakarta: Prosiding Jurnalistik
- Latief, Rusman & Yusiatie Utud. 2015. Siaran Televisi Non-Drama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Latief, Rusman. 2020. Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lubis, Nur Maria & Efendi, Erwan. 2024. Analisis Peran Kampanye di Media Sosial Dalam Membentuk Persepsi Publik Tentang Pemilu Presiden 2024. E Science Hummanity Journal. Vol. 4 No. 2 pp. 55-66
- Morissan. 2014. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Naratama. 2004. Menjadi Sutradara Televisi. Jakarta: Grasindo
- Pringle, Peter K. 1991. Electronic Media Management. Boston: Focal Press
- Rahmawati, Indah & Dodoy Rusnadi. 2011. Berkarier di dunia broadcast televisi & radio. Jakarta: Laskar Aksara
- Solihin, Ismail. 2012. Pengantar Manajemen. Jakarta: Erlangga
- Sugiarti, Wiwid Syahdiyah., Pujangkoro, Sugih Arto & Sembiring, Meilita T. 2023. Analisis SOAR (Strength, Opportunity, Aspiration & Result) Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Digital Market. Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan (JIMAK) Vol. 2 No. 2 pp. 25-34
- Suprpto, Tommy, 2013. Berkarier di Bidang Broadcasting. Makassar: Kencana
- Wibowo, Fred. 2007. Teknik Produksi Program Televisi. Jakarta: Pinus Book Publisher