

**STRATEGI PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI  
PROGRAM BUSER SCTV****Nur Ridwan, Zakaria Satrio Darmawan**

Universitas Bina Sarana Informatika

Universitas Budi Luhur

nur.ridwanhandsome@gmail.com, zakaria.satrio@budiluhur.ac.id

***Abstract***

This study aims to find out how the producer strategy management of the Buser program in SCTV keeps the program alive. This study, researchers used qualitative methods with a descriptive approach. This study uses the Concept of Program Strategic Management by Peter Pringle. The results of this study indicate that Buser's program producer strategic management in keeping the program running by ensuring four general steps - namely; program planning, program production, program implementation and program monitoring and evaluation - carried out well using strategies in writing scripts using non-standard terms or words that are not commonly used in script writing. These things can be seen by analyzing how the program is able to attract the attention of the public and the management strategies used by the producers of the program are able to maintain a high share and rating for the Buser program.

**Keywords:** *Program, Producer, strategy, management***PENDAHULUAN**

Bergulirnya regulasi televisi digital saat ini yang dicanangkan oleh pemerintah, semenjak dimulainya pelaksanaan ASO (analog switch off) atau perpindahan dari siaran TV analog ke siaran TV digital di Indonesia telah dimulai secara bertahap sejak 2 November 2022, mengakibatkan banyaknya bermunculan TV digital saat ini. Di kutip dari situs infoindonesia.id bahwa saat ini muncul banyak siaran tv digital .

"Bisa dibayangkan ada 104 kualitas standar, ditambah bisa 40 kualitas tinggi. Jadi total ada 144 kanal televisi yang bisa dimanfaatkan dari delapan pengelola multipleksing," jumlah pengelola multifleksing (MUX) atau pengelola instrumen penyiaran televisi di wilayah DKI Jakarta mencapai delapan pengelola. Adapun delapan MUX di Jakarta, yakni TVRI, RCTI, TransTV, TVOne, RTV, Berita Satu, Metro TV dan SCTV. Dengan begitu, kata dia, jumlah siaran televisi digital akan bertambah banyak, yakni 40 siaran dengan kualitas tinggi (HD) dan 104 siaran kualitas standar (SD).

Dari semua TV digital yang muncul tentu saja menimbulkan persaingan dari setiap stasiun televisi untuk menjual program acaranya. Program acara yang ditayangkan ada yang laik untuk di tonton dan tidak sedikit juga yang kurang laik atau kurang diminati, baik program hiburan maupun infomasi. Program acara sendiri ada beberapa jenis

**How to cite:**Nur Ridwan, Zakaria Satrio Darmawan (2023), Strategi Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Buser SCTV, (5) 8, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416> \_\_**E-ISSN:**[2684-883X](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416)**Published by:**[Ridwan Institute](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416)

program yang masih diminati oleh audien, menurut morison Morissan (2008:207) Menerangkan bahwa:

“berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu : Program informasi (Berita) dan; Program hiburan (Entertainment). Program informasi kemudian kembali dibagi menjadi dua jenis, yaitu; berita keras (Hard News) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita ringan (soft news) yang merupakan gabungan dari fakta, gossip, dan opini. Sementara program hiburan terbagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu musik, drama permainan (Game Show), dan pertunjukan”

Dengan adanya beraneka ragam program acara yang muncul di televisi digital saat ini, kita hendaknya cermat untuk memilih program acara yang laik untuk kita tonton. Dengan munculnya banyak channel TV digital membuat persaingan program televisi semakin ketat, baik TV yang sudah lama seperti RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, MNC, TV One, Metro TV, R TV, NET TV dan channel TV Digital baru. Persaingan tidak hanya pada program acara saja tapi mengarah pada porsi perolehan iklan dalam setiap penayangan program acara. Inilah yang menjadikan pemangku program acara televisi berjibaku untuk memenangkan audien untuk tetap bertahan di tayangan yang mereka buat, hal tersebut sesuai dengan pendapat Morissan, (2011:173), persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian khalayak, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa khalayak mereka dan apa kebutuhan mereka. Media industri yang menghasilkan produk informasi tidak hanya bersaing dengan sesama produsen, tetapi juga harus berkompetisi dalam pasar dan khalayak yaitu konsumennya sendiri (Fachruddin,2012: 186). Redaksi diharapkan mempunyai strategi dalam memenangkan persaingan dengan TV lain, untuk itu manajemen strategi untuk keberhasilan suatu program harus dikedepankan. Menurut Effendy (2003: 32), strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi dari pemangku program akan menjadi salah satu cara untuk mendapatkan share dan rating tinggi dengan memperhatikan akan kebutuhan dari khalayak atau audiens itu sendiri. Share rating merupakan hal yang penting karena pemasang iklan selalu mencari stasiun penyiaran atau program siaran yang paling banyak ditonton. Dikutip dari jurnal Kanthy Mayangsari, dengan judul Implementasi Share dan Rating Sebagai Dasar Kebijakan Pemrograman Yuk Keep Smile (YKS) Trans TV, terbit pada Jurnal KOMUNIKATIF Jurnal Ilmiah Komunikasi / Volume 3 / Nomor 2 Desember 2014,

“dengan mengejar share dan rating yang cukup tinggi seringkali beragam format acara yang seharusnya diisi dengan format edukasi justru dibuat dengan tidak memenuhi kode etik atau banyak menggunakan adegan slapstick yang menarik minat penonton”.

Tidak menutup kemungkinan strategi seperti diatas bisa dilakukan dalam program berita. Pada observasi dan wawancara awal didapati bahwa ada beberapa adegan kekerasan sengaja dimunculkan, untuk menarik minat penonton, dikutip dari wawancara dengan produser program Buser, “ya itu memang salah satu cara kita menarik minat penonton, biasanya visual penggerebekan, tawuran, visual bentrok kita munculkan diawal...”

Share dan rating ini lah para pemasang iklan akan berpedoman dalam menentukan program acara apa yang banyak di minati penonton untuk beriklan. Share dan rating ini di jadikan komoditi oleh pemangku program untuk mendapatkan keuntungan, seperti apa

yang di ungkapkan Dallas Smythe (dalam Mosco, 2009) menyatakan bahwa media massa merupakan suatu proses yang melihat perusahaan media memproduksi khalayak dan memberikan mereka kepada pengiklan. Pemangku program akan berusaha mempertahankan share dan rating ini guna mendapatkan pendapatan berupa iklan. Untuk mendapatkan share dan rating tinggi ini pemangku program harus bisa memastikan program acaranya selalu di tonton dan diminati dengan cara melakukan strategi dalam setiap isi siarannya. Seperti pada program informasi program berita kriminal Buser, tidak mudah seorang pemangku program mempertahankan perolehan share dan rating untuk tetap tinggi, mengingat program acara informasi banyak bermunculan. Dari isi program, kecepatan tayang, cara pengemasan, ketajaman dan aktualitas berita bisa jadi menjadi strategi produser untuk mempertahankan programnya agar tetap eksis. Selain hal tersebut redaksi punya target tersendiri untuk tiap produser pemangku programnya dengan berpedoman pada Share dan rating.

Program berita Buser adalah program berita kriminal yang tayang di SCTV, dengan segmen menarik seperti Berkas Buser dan Info Orang Hilang. Program ini Tayang setiap Senin-Jumat pukul 01.30-02.00 WIB dini hari. Bukan hal yang mudah bagi produser dalam mempertahankan share dan rating dengan tayangan program kriminal tayang didini hari, karena penonton tidak sebanyak pada program yang tayang pada waktu prime time. Disinilah kejelian dan kecerdasan dari produser dipertaruhkan. Pemilihan berita kriminal apa yang paling update dan mempunyai news value bisa di tayangkan lebih cepat dari program televisi pesaing. Produser harus mempunyai strategi tersendiri, tiap produser akan mempunyai ciri khas tersendiri dalam menyusun berita, tentu saja strategi redaksi tetap menjadi pedoman produser dalam menyusun berita pada program Buser, seperti tahapan rapat redaksi, proses produksi menjalankan hasil rapat redaksi dan evaluasi hasil tayangan. Seperti yang diungkapkan Morissan (2008: 273), dalam menentukan strategi program acara dapat ditinjau dari aspek manajemen strategi, dimana program acara yang akan disiarkan terdiri dari perencanaan program, produksi, penayangan dan pengawasan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami lagi lebih dalam mengenai strategi produser dalam mempertahankan eksistensi programnya dan penelitian ini diharapkan menyumbangkan analisis yang berguna bagi studi komunikasi dalam pembuatan program acara televisi yang tumbuh secara signifikan di Indonesia, terutama program informasi.

### **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007: 6) yang memaknai penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Dengan tujuan digunakan untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan penelitian perilaku, sikap, motivasi, persepsi dan tindakan subjek. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen. Penelitian ditentukan berdasarkan pengamatan awal kondisi redaksi dan peran produser program Buser SCTV dalam menerapkan strategi program. Metode penelitian ini menggunakan metode diskriptif, tujuannya adalah untuk dapat menjelaskan secara runut, detail berdasarkan data, fakta dan fenomena yang ditemukan selama berjalannya penelitian.

Metode dan instrumen pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya, obeservasi, wawancara dan teknik dokumentasi. Penelitian ini menggunakan observasi

partisipan. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian (Sugiyono, 2015: 64), observasi partisipasi merupakan observasi dimana peneliti terlibat dengan dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Peneliti melakukan observasi langsung dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih real dari objek penelitian

Selain observasi peneliti juga mengumpulkan data dengan cara wawancara, adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (in-depth interview) dimana peneliti terlibat langsung secara mendalam dengan kehidupan subyek yang diteliti dan dilakukan berkali-kali (Sujarweni, 2014:32). Wawancara dilakukan secara langsung dengan produser program Buser dengan tujuan untuk memperoleh informasi terkait strategi produser.

Dokumentasi dilakukan peneliti dalam penelitian ini untuk melengkapi data yang diperlukan, adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa rundown, naskah berita, hasil share rating serta dokumen mengenai sejarah SCTV dan program berita Buser. Penelitian ini instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti terjun ke lapangan sendiri, baik pada grand tour question, tahap focused and selection, melakukan pengumpulan data, analisi dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2015: 223-224)

Data yang didapatkan akan dianalisa kembali dan disusun secara deskriptif, analisis deskriptif adalah “data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka”, Moleong (2008: 11). Key informan dalam penelitian ini adalah produser program Buser data primer dan bahan-bahan atau sumber-sumber kepustakaan, dokumentasi foto, data observasi sebagai data sekunder.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari pengamatan selama penelitian berlangsung, di dapati bahwa program Buser berisikan berita berita kriminal atau redaksi Liputan 6 menyebutnya Hard Crime. Dalam setiap pengemasan berita Buser baik itu berita dari liputan tim reporter ataupun berita yang diperoleh dari masyarakat hasilnya tergantung dari seorang produser dalam mengemas beritanya. Sesuai dengan tugas dari seorang produser, menurut Wahyudi (1992: 143.), dalam proses produksi yang bersifat timeconcern (terikat dengan waktu), proses perencanaan, proses produksi dan proses editingnya harus dilakukan secara cepat karena produksi berita seperti ini mengejar nilai aktualitas berita. Dari pemahaman tersebut dapat dipahami bahwa produser punya peran penting dalam setiap tayangan berita, sejurus dengan pendapat Wibowo, (2015:23), produksi bernilai atau berbobot hanya dapat diciptakan oleh produser yang memiliki visi. Visi itu tumbuh dari suatu acuan mendalam yang bermuara pada orientasi, ideology, religi, dan pemikiran-pemikiran kritis atas sarana yang dipakai untuk menampilkan materi produksi, menurut produser program

Buser,...“dalam mengemas berita kriminal ini perlu mendalami beberapa hal, salah satunya kebenaran fakta dan data yang akurat, hal ini bisa didobel kroscek ke tim liputan atau ke koresponden, untuk memastikan berita yang akan kita kemas ini bisa dipertanggung jawabkan, selain itu cara dalam pengemasan juga tergantung dari produser itu sendiri, karena setiap program Buser ini tayang, yang mengerjakan berita ini nggak cuma 1 produser, dan itu punya karakter masing-masing, jadi ada beberapa yang ngebantu”, jadi masing masing produser punya ciri khas sendiri dalam menuliskan naskah bahkan untuk dubbing.

Strategi redaksi juga sangat dikedepankan dalam mengemas sebuah berita hingga laik tayang. Persiapan untuk proses produksi program Buser ini melalui tiga tahapan, seperti pendapat Peter Pringle (1991:231), manajemen strategi (management strategic) meliputi kegiatan: a. Perencanaan program, b. Produksi dan pembelian program, c. Eksekusi program, d. Pengawasan dan evaluasi program. Dalam tahapan produksi program Buser pada proses pra produksi, diawali dari rapat redaksi yang biasanya akan menentukan alur rundown dengan memilih hasil liputan berita dari tim liputan atau koresponden atau visual yang didapat dari jurnalis warga. Dari sini akan disepakati sejumlah liputan yang akan dikemas menjadi berita yang akan ditayangkan, tentu saja berita yang berkaitan dengan kriminal.

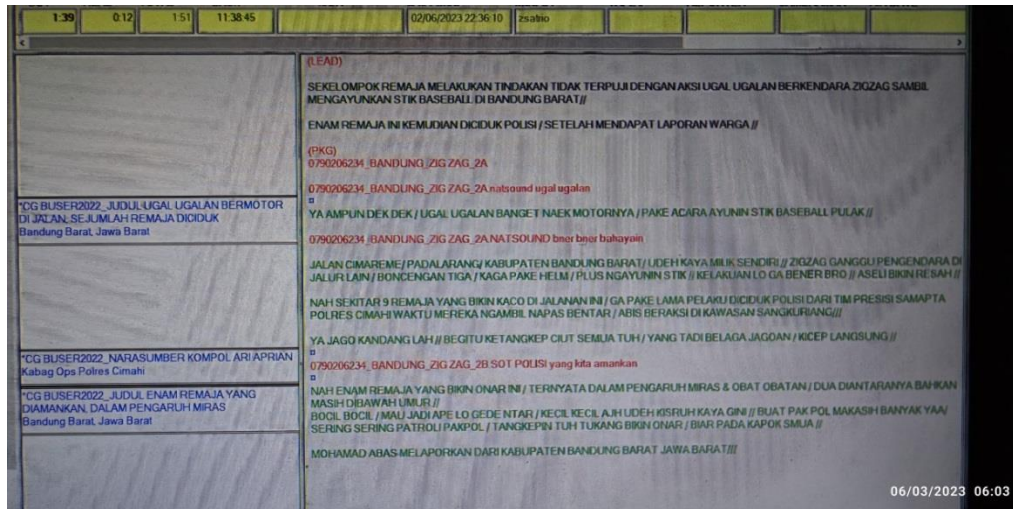
Pada proses produksi, terbagi menjadi dua tahapan, tahap pertama redaksi memproses naskah dari reporter hasil dari peliputan, untuk dilakukan editing tiap paket beritanya dengan diberikan narasi dubbing dan disesuaikan visualnya. Setelah paket berita jadi sesuai dengan rundown, baru kemudian tahap kedua dilakukan taping pada studio siaran dengan seorang presenter sebagai pembawa acaranya. Proses berikutnya adalah pengawasan atau evaluasi program, karena program Buser ini adalah taping, tentu saja pengawan dilakukan selama berjalannya taping, apabila terjadi kesalahan baca berita oleh presenter atau, kesalahan ketik dari judul berita produser atau program director akan menghentikan proses produksi dan akan diulang kembali. Apabila sudah selesai proses produksi ini, hasil rekaman akan dikirim ke divisi Quality Control untuk dicek kembali apabila ada kesalahan, berkaitan dengan kaidah aturan penyiaran seperti gambar vulgar atau adegan kekerasan harus di blur atau dihilangkan.

Adapun strategi yang sudah di ungkap diatas, seperti menayangkan adegan atau visual bentrok, kekerasan yang di ungkapkan oleh produser Buser sendiri, masih belum bisa memastikan bisa mendapatkan share rating tinggi, produser sendiri melakukan beberapa setrategi lain agar program Buser ini tetap eksis dan diminati penonton, diungkap oleh produser Buser:

“.. strategi yang lain, dan ini menargetkan ke anak muda, karena program Buser ini juga akan ditayangkan di sosmed, seperti tik tok, berupa potongan tayangan paket beritanya. Disisi naskahnya kita mainkan dengan bahasa yang tidak biasa, 5W 1H tetap kita pakai, tapi dalam pemakaian kata-katanya yang tidak biasa. Kalau normalnya naskah berita dengan menggunakan bahasa baku KBBI, nah di Buser ini ada beberapa berita yang bisa kita mainkan, seperti penggunaan kata-kata yang familier dengan anak muda

sekarang. Seperti, “ YA AMPUN DEK DEK/ UGAL UGALAN BANGET NAEK MOTORNYA // BOCIL BOCIL MAU JADI APE LO GEDE NTAR//

Dari penggalan naskah yang dibuat ini tidak normal selainnya naskah dengan bahasa baku, namun dari hasil survey yang didapat perolehan share ratingnya cukup tinggi.



Gambar 1. Naskah Berita Buser Tayang 3 Juni 2023

Gambar diatas adalah bukti bahwa produser menggunakan istilah kata-kata yang tidak lazim digunakan dalam penulisan naskah, sedangkan menurut Penjelasan Taufiqur Rahman, Hamidulloh Ibda (2017: 47), dalam buku berjudul Teks dalam Kajian Struktur dan Kebahasaan:

Kaidah penulisan teks berita dipaparkan secara rinci bahwa dalam suatu berita terdapat struktur yang membangun teks berita. Struktur teks tersebut merupakan struktur yang membangun teks sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Struktur teks berita terdiri atas judul, teras, dan tubuh berita. Tak hanya itu, teks berita juga perlu disusun dengan kaidah bahasa yang berlaku. Kaidah kebahasaan teks berita antara lain:

1. Fokus pada peristiwa yang terjadi bukan pada pelakunya
2. Menggunakan verba pewarta yang berisikan kalimat pemberitahuan informasi
3. Menggunakan verba transitif
4. Menggunakan kalimat langsung dan kalimat tidak langsung
5. Terdapat penjelasan mengenai waktu dan tempat terjadinya suatu peristiwa
6. Teks berita harus disajikan dengan informasi yang aktual dan bersifat umum
7. Bahasa yang digunakan harus bersifat baku

Produser cenderung menggunakan kata-kata yang sering digunakan untuk komunikasi para remaja pada umumnya. Cara ini dipakai produser untuk bisa diterima oleh penonton, dikutip dari wawancara dengan produser Buser;

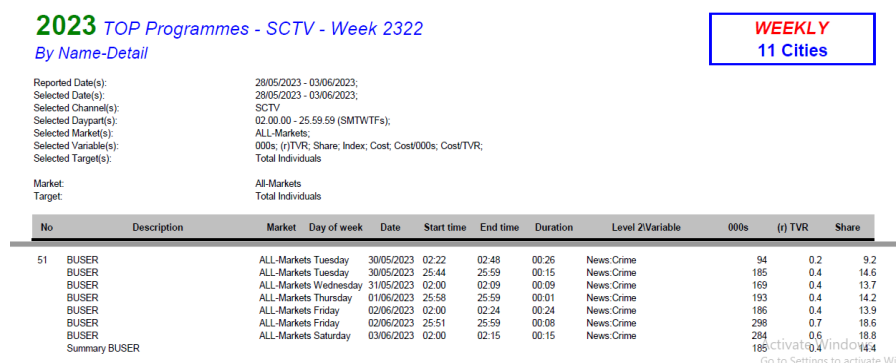
“... Ya ini salah satu cara untuk bisa lebih mudah diterima penonton dengan memakai istilah kata-kata yang relate anak-anak muda sekarang, dan kata-kata unik ini sengaja saya gunakan, ya agar mudah diterima penonton, dan sudah saya pakai pada program Buser

Investigasi, tapi nga semua saya terapkan pada berita Buser ya, saya pilih yang kira-kira bisa neh berita ini di buat naskah yang unik kata-katanya...”

Produser Buser bukan karena iseng dalam mengemas berita dengan menuliskan kata-kata yang tidak baku dalam naskah, strategi yang dari dulu sering dipakai, sekarang sudah mendapatkan batasan dengan dari KPI. Menurut Produser Buser, “ya sekarang ga bisa bebas kayak dulu, visual kekerasan, pemukulan, vulgar, ceceran darah, sajam, rokok tidak boleh muncul di layar atau kalau muncul harus di blur”. Penjelasan dari produser Buser memang sudah tertuang dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/Kpi/03/2012 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran yang isinya disebutkan pada pasal 17 dan 18:

“Bab XIII Program Siaran Bermuatan Kekerasan, Pasal 17: Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan kekerasan. F. Bab XIV Muatan Program Siaran Terkait Rokok, Napza, Dan Minuman Beralkohol Pasal 18 Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program terkait muatan rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan/atau minuman beralkohol. (<https://www.kpi.go.id/>)”

Berdasarkan inilah produser mencoba strategi lain dengan menggunakan kata-kata yang biasa diucapkan remaja atau bahasa gaul remaja saat ini, dengan tujuan untuk mempertahankan eksistensi program Buser. Perolehan share dan rating bisa dijadikan rujukan bahwa strategi yang dilakukan produser Buser ini berhasil atau tidak, merujuk dari hasil survey share rating dari AGB Nielsen program Buser yang tayang dini hari ini, pukul 01:30 WIB masih mendapatkan share tinggi, dari data yang diambil penulis pada tanggal 2 Juni 2023, share program Buser mendapatkan 18.6.



**Gambar 2. Share Program Buser**

Rata-rata perolehan share program Buser tiap minggunya mendapatkan 14.4, menurut produser Buser perolehan share program Buser ini masih tinggi dan dianggap berhasil dalam mempertahankan eksistensi keberadaan program Buser selama ini, mengutip dari wawancara produser Buser; “sejauh ini kita mendapatkan share yang masih tinggi sih, dibanding program berita yang lain yang tayang di waktu yang sama ya”.

## KESIMPULAN

Penerapan strategi dalam sebuah pekerjaan sangatlah diperlukan, apalagi berkaitan dengan pembuatan suatu program acara televisi. Diperlukan tahapan dan proses yang terstruktur dan terkonsep. Program berita di televisi di butuhkan pemikiran yang cerdas, kreatif, dan visi yang kuat dari seorang Produser. Berita yang ditayangkan hendaknya tidak hanya bersifat informatif namun bisa juga mengandung edukasi dan hiburan dengan cara pengemasan yang unik.

Pada tahap ini penulis dapat menyimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian Strategi Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Buser Sctv, dengan menerapkan konsep manajemen strategi program Peter K. Pringle yaitu dengan empat tahap: perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program serta pengawasan dan evaluasi program.

Dari empat tahapan perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program serta pengawasan dan evaluasi program ini tidak semua di lakukan, seperti tahapan pembelian program tidak dilakukan, karena program buser di desain dan di produksi sendiri oleh redaksi Liputan 6 SCTV. Tahapan yang dilalui adalah proses perencanaan, produksi dan eskekusi serta evaluasi program. Dari tahapan yang dilakukan produser cukup berhasil dengan indikator perolehan share yang cukup tinggi.

## BLIBLIOGRAPHY

- Andi Fachruddin. 2012. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti
- J. B. Wahyudi. 1992. Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Morissan. 2011. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio.Dan Televisi. Jakarta: Kencana Prenada media Group
- Mosco, Vincent (2009), The political Economi and Communication, London: SAGE Publications Ltd.
- Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran, Stategi mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Prenada media group.
- Peter K. Pringle. 1991. Electronic Media Management (secon edition), (Boston London: Focal Press.
- Rahman, Taufiqur. 2017. Teks dalam kajian struktur dan kebahasaan, Semarang : CV. Pilar Nusantara
- Kanthy Mayangsari. KOMUNIKATIF Jurnal Ilmiah Komunikasi / Volume 3 / Nomor 2 Desember 2014. Implementasi Share dan Rating Sebagai Dasar Kebijakan Pemrograman Yuk Keep Smile (YKS) Trans TV



<https://www.sctv.co.id/program/berita/buser> (19 Mei 2023) Jam 23.00 WIB

<https://www.infoindonesia.id/info-ekonomi/pr-9617024517/Daftar-47-Siaran-TV-Digital-di-Wilayah-DKI-dan-Sekitarnya-> (19 Mei 2023) Jam 22:40 WIB

<https://www.kpi.go.id/id/regulasi/peraturan-kpi> (10 Juni 2023) Jam 07:17 WIB

---

**Copyright Holder:**

Nur Ridwan, Zakaria Satrio Darmawan (2023)

**First publication right:**

[Syntax Idea](#)

**This article is licensed under:**

