

## Analisis Peran Tim Kreatif Riko The Series dalam Menghasilkan Konten Edukasi

Ahsya Thalita Bustomi<sup>1</sup>, Nigar Pandrianto<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: ahsya.915200219@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: nigarp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

---

### Abstract

*The creative team is the crew involved in the creative stages of a movie. One of these creative stages is aimed at producing educational content. For example, the educational values contained in the animated film Riko The Series. This research uses a descriptive qualitative approach. Data collection was conducted using observation, interview, and documentation methods. Interviews were conducted with an organizational communication expert related to organizational communication that occurs in the creative team of Riko, the animated films series. Based on the results of the research, it was found that the creative team of Riko the Series animated film carried out the organizational communication process to launch the process or production stages of the animated film. In addition, it fulfills the creative stages and the production process to get educational content.*

**Keywords:** *creative team, education, role*

### Abstrak

Tim kreatif merupakan kru yang terlibat pada tahapan kreatif suatu film. Tahapan kreatif tersebut salah satunya ditujukan untuk menghasilkan konten edukasi. Contohnya nilai-nilai edukasi yang terkandung dalam film animasi Riko The Series. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan seorang ahli komunikasi organisasi terkait komunikasi organisasi yang terjadi pada tim kreatif film animasi Riko the Series. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tim kreatif film animasi Riko the Series menjalankan proses komunikasi organisasi untuk melancarkan proses atau tahapan produksi dari film animasi. Selain itu juga memenuhi tahapan kreatif, dan proses produksi untuk mendapatkan konten yang bersifat edukatif.

**Kata Kunci:** edukasi, peran, tim kreatif

### 1. Pendahuluan

Di Indonesia terdapat banyak film animasi anak. Film animasi tersebut tidak hanya bertujuan untuk menghibur, namun juga sebagai media pembelajaran. Film animasi merupakan film yang memiliki komposisi mentah kemudian diolah dan diedit menjadi gambar atau objek yang bergerak seakan-akan hidup (Rahma, 2018). Menurut Rahma, apa yang terlihat oleh mata dan terdengar oleh telinga, lebih cepat dan tidak sukar ditangkap oleh akal jika dibandingkan dengan membaca yang harus berimajinasi

untuk menggambarannya. Selain mudah dipahami, film animasi juga berbahasa santun dan biasanya berisi konten yang menghibur.

Saat ini, sudah banyak kegiatan yang menggunakan media film animasi sebagai sarana dalam penyampaian pesan dan sebagai media komunikasi sosial. Film animasi bertujuan untuk menghibur dan menyampaikan atau menyebarluaskan informasi (Hermandito & Ramadhani, 2018).

Menurut Edib (2021) konten dibagi menjadi empat (4) sesuai jenis alasan tujuannya yaitu konten edukasi, konten informatif, konten *review* dan konten interaksi. Konten Edukasi berisikan pengetahuan yang bermanfaat, fungsinya untuk menambah wawasan nilai utama pada suatu konten. Proses pembuatan media pembelajaran membutuhkan keterampilan yang dikembangkan salah satunya adalah keterampilan berpikir kreatif. Ahmadi mengatakan bahwa kemampuan berpikir kreatif adalah kemampuan individu memakai proses berkerja untuk menciptakan ide-ide baru yang konstruktif menurut konsep dan prinsip persepsi dan intuisi akal serta individu. Dengan adanya ide baru dan konsep baru, lahirnya suatu konten dapat menjadi media dalam pembelajaran (dalam Manurung, 2020).

Tim kreatif biasanya akan berusaha semaksimal mungkin mencari ide dan menuangkan karya yang siap diproduksi. Tim kreatif harus mampu membaca pangsa pasar. Video kreatif memberikan efek atau menyajikan *audio* dan *visual* yang saling membantu. Efek dan sajian video diolah pada proses memperbaiki konten agar menarik dinikmati bagi audiens (Intan et al., 2019). Dalam proses produksi film, tim kreatif memiliki beberapa peran seperti melakukan riset, *brainstorming* ide, membuat naskah beserta *rundown*, melakukan *brief*, *preview episode*, sampai melakukan *approval* kepada produser (Asrini, 2022).

Film animasi Riko the Series adalah film animasi *Educational Entertainment* (*edutainment*) menyajikan konten ilmiah terkait Al-Quran pada setiap episodenya. Riko adalah anak laki-laki yang energik dan menawan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Dari rasa keingintahunya, membuat Riko bertanya dan suka bereksperimen dengan hal-hal baru yang berkaitan dengan lingkungannya. Keseharian Riko ditemani oleh Q110 yaitu sebuah robot yang selalu menjawab segala keingintahuan Riko berdasarkan dengan ayat Al-Quran.

Penelitian ini bertujuan mengetahui serta mendeskripsikan bagaimana proses tim kreatif film animasi Riko the Series yang meliputi tahapan-tahapan kreatif, dan proses komunikasi pada tim kreatif Riko the Series.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilaksanakan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek dari penelitian ini adalah tim kreatif pada film animasi Riko the Series dan menggunakan teknik *purposive* dalam menentukan informan yang akan diteliti. Data primer pada penelitian merupakan data yang telah diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dan juga dokumentasi. Sedangkan data sekunder pada penelitian merupakan data yang bersumber dari *website* resmi, media sosial seperti Youtube, Facebook, dan Instagram film animasi Riko the Series.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis menurut Spradley, dengan melakukan analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial, dan analisis tema kultural. Keabsahan dilakukan dengan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber merupakan metode yang membandingkan dan mengonfirmasi

ulang terkait kepastian sebuah informasi yang telah disatukan dengan sumber yang berbeda-beda. Sedangkan triangulasi metode adalah suatu usaha dalam membuktikan keabsahan data yang memiliki banyak teknik pengumpulan data dalam mencari data yang serupa (Sutriani & Octaviani, 2019).

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Riko The Series merupakan sebuah hiburan edukasi Indonesia yang menampilkan konten ilmiah terkait Al-Quran (Ilmu Al-Quran) pada setiap *episode*-nya. Film ini menggunakan konsep *edutainment*, yaitu perpaduan antara *education* dan *entertainment*, yang bertujuan untuk menghibur sekaligus mendidik penonton, khususnya anak-anak. Film ini mengangkat tema-tema yang relevan dan bermanfaat untuk anak-anak, seperti lingkungan, kesehatan, sejarah, budaya, teknologi, dan lain-lain. Film ini juga menyajikan nilai-nilai Islami yang *universal*, seperti kejujuran, toleransi, kerjasama, dan rasa ingin tahu. Hingga saat ini Riko the Series telah membuat tiga *season* animasi berisi total 170 video, terdiri dari 66 episode, lima lagu anak-anak, dan 99 video Murottal Al-Quran. Riko the Series diproduksi oleh Garis Sepuluh *Corporation* dan tayang di YouTube, Vidio, TransTV, RTV, dan GTV (Riko the Series, 2023).

Gambar 1. Logo Riko the Series



Sumber: *Google.id*

Tim kreatif merupakan individu-individu yang terlibat pada produksi program acara yang mempunyai kemampuan dalam membangun, bekerja sama, berkontribusi, serta berguna atau berpengaruh terhadap suatu kelompok. Dengan memiliki peran dalam mencari ide-ide kreatif seperti membuat naskah untuk diproduksi menjadi suatu program (Alfiah, 2023). Tim kreatif dari film animasi Riko the Series memiliki keterampilan yang kreatif sebagaimana narasumber pada penelitian, dengan memiliki keahlian masing-masing yang bertujuan menghasilkan ide-ide maupun konten kreatif. Garis Sepuluh *Corporate* merupakan bagian dari tim kreatif film animasi Riko the Series, dilihat dari hasil wawancara dengan narasumber bahwa terdapat beberapa tahapan yang dilakukan langsung oleh “Garis Sepuluh” dalam bidang produksi.

Komunikasi organisasi adalah pemberian serta perolehan pesan yang terjadi pada suatu organisasi, suatu proses pertukaran pesan bertujuan untuk menciptakan koneksi hubungan yang saling berkaitan satu dengan lainnya (Siregar et al., 2021). Tim kreatif pada film animasi Riko the Series menerapkan komunikasi organisasi dengan berbagai cara meliputi *briefing* dan rapat (*meeting*) yang dilakukan secara luring maupun daring. Komunikasi dilakukan sebagai tujuan dalam membangun hubungan baik di antara masing-masing peran tim kreatif dalam menjalankan tugas dan ide-ide kreatif.

Komunikasi vertikal meliputi komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*) merupakan

komunikasi dari tingkat atas ke bawah ataupun sebaliknya dengan timbal balik (*two-way communication*) (Fadhli, 2021).

- 1) Komunikasi ke-bawah (*downward communication*)  
Komunikasi berasal dari pimpinan kepada bawahan atau pegawai menunjukkan aliran pesan berjalan dari atas menuju kebawah. Komunikasi ke bawah memiliki tujuan dalam memenuhi tujuan, mengubah sikap, membangun pendapat, serta mempersiapkan anggota organisasi.
- 2) Komunikasi ke-atas (*upward communication*)
- 3) Komunikasi ke atas berasal dari tingkatan lebih rendah terhadap tingkatan yang posisinya diatas. Setiap tingkat bawah memiliki alasan dalam meminta suatu berita atau membagikan berita pada posisi yang tingkatannya diatas.

Tim kreatif pada film animasi Riko the Series memiliki peran tertentu dalam proses produksi, terutama dalam membuat ide kreatif yang dituangkan pada film animasi (Putra, 2023). Sebagai contoh dalam pembuatan *audio* seperti *sound effect* dan *background* dibuat semenarik mungkin dengan tujuan mendapatkan perhatian penonton dan tentunya sesuai dengan target penonton yaitu anak-anak yang berusia 3-10 tahun. Hubungan dengan audiens atau penonton juga dilakukan oleh tim kreatif film animasi Riko the Series, dengan membuat *interactive program* seperti kelas belajar atau mengajar. Sebagai tujuan membangun suatu interaksi dengan penonton serta memberikan manfaat yang sesuai dengan target penonton.

Terdapat proses atau tahapan-tahapan produksi dalam suatu program film (Saputra & Yoedtadi, 2023), antara lain meliputi:

### **Tahap Pra-Produksi**

Pra-produksi merupakan suatu tahapan yang penting pada proses produksi, tahapan pelaksanaan pembahasan, gagasan, pendalaman ide, dan penentuan aspek acara (Latief & Utud, 2017). Tahap awal produksi program film terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- 1) Penemuan ide. Tahapan jika produser mengemukakan ide maupun gagasan, dilanjutkan dengan membentuk riset dan menyusun naskah atau menginginkan penulis naskah menyempurnakan ide atau gagasan menjadi bentuk naskah.
- 2) Perencanaan. Tahap ini mencakup penentuan jangka waktu kerja (*time schedule*), perbaikan naskah, penetapan artis, *crew*, dan lokasi. Selain perkiraan pengeluaran, perencanaan biaya dan rancangan lokasi merupakan penggalan dari perancangan yang diciptakan secara detail dan akurat.
- 3) Persiapan. Tahap terakhir ini penyelesaian perizinan, surat menyurat, dan semua kontrak. Latihan untuk artis dan pembentukan *setting*, dan melengkapi kelengkapan yang dibutuhkan.

### **Tahap Produksi**

Pelaksanaan tahap produksi diawali dengan melibatkan seluruh tim mencoba mengimplementasikan sesuatu yang sudah digambarkan secara tertulis dan *script* (*shooting script*) menjadi pola gambar yang dapat berbicara. Fachruddin menjelaskan bahwa program film memiliki dua jenis teknik pada produksi (Latief & Utud, 2017), yaitu:

- 1) *Live* merupakan program siaran secara langsung. Kebanyakan program *live* adalah siaran olahraga, program berita, upacara kenegaraan, *talkshow*, dan lainnya.

- 2) *Taping* yakni proses produksi yang berjalan tanpa jeda sampai berada pada akhir dari program film. *Taping* serupa dengan teknik *live*, perbedaannya terdapat pada sebelum ditampilkan akan melewati pasca produksi yaitu dengan *editing* sejumlah hal khas lalu ditampilkan secepatnya di waktu yang berbeda.

### **Tahap Pasca-Produksi**

Tahapan produksi yang ketiga suatu produksi program acara yaitu suatu tahapan posisi *assistant producer*, produser, *compositor*, *camera person*, dan *editor* menjalankan pertimbangan penilaian pada tahapan produksi. Tahapan pasca-produksi mempunyai beberapa proses (Latief & Utud, 2017), antara lain:

- 1) *Editing offline*, dengan menggunakan teknik digital atau *non-linier*. *Editing non-linier* merupakan teknik *editing* yang memerlukan alat khusus *editing* pada komputer.
- 2) *Editing online*, dengan menggunakan teknik *digital editing online* menyisakan perbaikan hasil dari *editing offline* pada komputer, bertepatan *mixing* musik ilustrasi maupun efek gambar dan suara (*sound effect* atau narasi) yang harus digabungkan.
- 3) *Mixing*, penggabungan antara suara dan gambar. Penggabungan antara hasil yang telah didapatkan serta ilustrasi musik yang sudah direkam, dimasukkan kepada pita hasil *editing online* sebanding dengan arahan atau ketetapan tertulis pada naskah *editing*. Setelah proses *mixing* sudah terlaksana, secara keseluruhan produksi selesai.

Pada tahapan pra-produksi, tim kreatif film animasi Riko the Series banyak melakukan kerja sama dengan “Garis Sepuluh” terkait pembentukan *script*, kebutuhan properti, dan juga pembentukan *voice over* pada karakter film animasi. Kerja sama yang terjadi antara tim kreatif Riko the Series dengan “Garis Sepuluh” tentunya didasarkan dengan tujuan menjalankan produksi. Dilanjutkan dengan tahap produksi, proses komunikasi mulai terjadi dengan adanya *briefing*. Proses komunikasi yang terjadi pada tim kreatif sangat berpengaruh dalam keberlangsungan produksi. Sebagai contoh ketika menempatkan *lighting* dan membuat *layout* terkait animasi-animasi pada film, komunikasi merupakan komponen yang sangat dibutuhkan sebagai tim kreatif yang terdiri lebih dari satu orang. Pada proses pasca-produksi film animasi Riko the Series, bagian-bagian dari tim kreatif mulai menjalankan perannya. Sebagai contoh *animator* mulai mengedit animasi yang diperoleh dari proses produksi film, dan juga *lighting*, *rendering*, serta *compositing*.

Terdapat 13 bagian atau elemen yang dimiliki oleh tim kreatif dalam menjalankan suatu program (Putra, 2023), yaitu:

- 1) Menentukan target penonton, tim kreatif berperan dalam memikirkan hal tersebut sejak awal.
- 2) Naskah, bahasa yang terdapat pada naskah, digunakan dan disesuaikan terhadap target penontonnya
- 3) Format acara, perencanaan dasar terkait rancangan acara yang menjadi pacuan kreativitas dan desain produksi.
- 4) *Punching line*, suatu kejutan yang terdapat pada dialog naskah yang diperankan oleh pemain secara sengaja dengan tujuan menargetkan perhatian penonton.
- 5) *Gimmick* dan *funfare*, suatu kunci dalam memperoleh perhatian penonton dapat berupa bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, *scene suspense*, ekspresi, mimik, serta akting pemain.

- 6) *Clip hanger*, suatu *scene* maupun *shot* yang terkesan menggantung dikarenakan *scene* terpaksa diberhentikan oleh iklan atau *commercial break*.
- 7) *Tune* dan *bumper*, *tune* sebagai identitas awal sebuah acara dan biasanya berdurasi 30 detik sampai dengan 150 detik, sedangkan *bumper* sebagai identitas perantara acara dengan durasi lima (5) detik. *Tune* dan *bumper* yang unik dan menarik, dengan tujuan tidak menimbulkan rasa jenuh atau bosan bagi para penonton.
- 8) Penataan artistik, dengan mencermati dari efek khusus, tata cahaya, serta perpaduan warna dan bentuk.
- 9) Musik dan *fashion*, seperti *wardrobe*, tata rias lalu *property* dapat diselaraskan dengan segmentasi minat penonton.
- 10) Ritme dan birama acara, suatu tempo yang berjalan pada acara dilakukan dengan cepat maupun lambat. Hal ini bertujuan mencegah reaksi serta menghindari reaksi kejenuhan dari penonton.
- 11) Logo, digunakan dalam mempermudah ingatan penonton akan suatu acara atau produksi terkait. Dengan tujuan untuk membuat penonton merasa familiar terhadap acara atau produksi.
- 12) *General rehearsal*, hal ini dijalankan untuk mencegah timbulnya kesalahan pada pemain, penataan suara, penataan lampu, dan sudut pandang kamera sesuai dengan yang sebelumnya sudah ditetapkan.
- 13) *Interactive Program*, digunakan dalam mendapatkan informasi terkait minat penonton, memperluaskan ide kreatif sehingga penonton menjadi terlibat secara langsung.

Anggota di dalam tim kreatif memiliki peran tertentu dalam proses produksi, terutama dalam membuat ide kreatif yang dituangkan pada film animasi (Putra, 2023). Sebagai contoh dalam pembuatan *audio* seperti *sound effect* dan *background* dibuat semenarik mungkin dengan tujuan mendapatkan perhatian penonton, tentunya sesuai dengan target penonton yaitu anak-anak yang berusia 3-10 tahun. Hubungan dengan audiens atau penonton dilakukan oleh tim kreatif film animasi Riko the Series, dengan membuat *interactive program* seperti kelas belajar atau mengajar. Sebagai tujuan dalam membangun suatu interaksi dengan penonton serta memberikan manfaat yang sesuai dengan target penonton. Pembuatan naskah, dialog, hingga *storyboard* pada film animasi Riko the Series merupakan kerja sama di antara tim kreatif dengan "Garis Sepuluh". Garis Sepuluh *Corporation* merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada bidang hiburan dan media keluarga yang meliputi pengalaman dan produk, distribusi media dan hiburan. Garis Sepuluh *Corporation* didirikan oleh Teuku Wisnu, Yuda Wirafianto, dan Arie Untung.

Seperti yang kita ketahui bahwa anak kecil menyukai animasi yang menarik untuk dipandang dan alur cerita yang unik. Tim kreatif Riko the Series berupaya menghasilkan konten edukasi yang digemari oleh anak kecil dan berhasil dalam mewujudkan ide yang dikemukakan berupa film animasi. Salah satunya yang digemari oleh anak kecil ialah film Riko the Series *episode 23* yang berjudul "Penemu Angka Nol" berceritakan tentang Riko memiliki tingkat keingintahuan mengenai siapa sosok yang berjasa dalam menghasilkan komputer dan internet (Gambar 2). *Episode* ini mengangkat tema yang relevan dan bermanfaat untuk anak-anak, yaitu sejarah dan matematika. *Episode* ini memberikan pengetahuan tentang asal-usul angka nol, yang merupakan salah satu penemuan terbesar dalam sejarah manusia. Pada *episode 23* juga memberikan pengetahuan tentang peran ilmuwan Muslim, khususnya Al-Khwarizmi, dalam perkembangan angka nol dan sistem bilangan desimal. *Episode* ini juga

menyajikan nilai-nilai Islami yang *universal*, yaitu rasa ingin tahu, kerja keras, dan menghargai prestasi. Cerita ini juga berisi pengetahuan, fakta, tips, doa, dan pesan moral yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam *episode* ini, yaitu sejarah dan matematika. Cerita ini juga bersumberkan Al-Quran (*Quranic Science*), sehingga memberikan wawasan tentang ilmu pengetahuan yang sesuai dengan ajaran Islam.

**Gambar 2.** Film animasi Riko the Series Episode 23



Sumber: YouTube

Dalam menghasilkan konten yang bersifat edukatif, tim kreatif Riko the Series melakukannya berdasarkan data atau fakta, desain, observasi, dan juga informasi relevan dengan target penonton (Nurbaiti et al., 2018). Konten edukasi merupakan suatu konten yang berisikan informasi berupa tulisan, gambar, suara, dan video yang bersifat edukatif, dan informasi yang bermanfaat (Rosmawati & Watini, 2023).

Film animasi Riko the Series memiliki data atau fakta yang diperoleh dari seorang ahli dan juga bersumber dari Al-Quran, mengingat film animasi Riko the Series sebagai film animasi muslim. Dilanjutkan dengan desain yang terdapat pada film animasi, tim kreatif film animasi Riko the Series mengutamakan *style* atau *visual* dari karakter-karakter pada film animasi. Sesuai dengan target penontonnya yaitu anak-anak, pembuatan karakter-karakternya dibuat dalam bentuk 3D atau kartun yang menarik perhatian target penonton.

Observasi terkait apakah nilai yang terkandung pada film animasi Riko the Series bisa dipahami maupun direalisasikan oleh target penonton. Dengan menuangkan ide kreatif dan mudah dipahami oleh anak-anak sebagai target penonton, film animasi Riko the Series membuat ciri khas tersendiri. Sebagai contoh ketika merasa kebingungan, tokoh atau karakter utama dalam film akan berkata “*Ooh gitu..*” sebagai tanda telah menyelesaikan kebingungannya. Tentunya hal-hal seperti ini memerlukan ide unik atau kreatif yang disajikan.

Informasi yang edukatif merupakan keunggulan film animasi Riko the Series. Sebagai contoh semua dari episode Riko the Series memiliki unsur-unsur pengetahuan yang relevan dengan target penontonnya. Dengan tujuan untuk diingat dan diminati, tim kreatif film animasi Riko the Series selalu menghubungkan antara nilai-nilai edukasi dengan proses pembuatan film animasi.

#### **4. Simpulan**

Proses komunikasi yang terjadi pada tim kreatif film animasi Riko the Series meliputi komunikasi organisasi, seperti adanya *briefing*, *meeting*, dan juga evaluasi. Komunikasi bermula dari bagian atas lalu ke bagian bawah maupun sebaliknya.

Adanya komunikasi tersebut bertujuan dalam melancarkan proses-proses atau tahapan produksi dari film animasi Riko the Series.

Tim kreatif film animasi Riko the Series memiliki tahapan kreatif dalam menjalankan proses produksi, seperti penargetan penonton, naskah, format acara, *gimmick*, *clip hanger*, pembentukan karakter 3D, musik, logo, *general rehearsal*, dan *interactive program*. Dalam tahapan kreatif tersebut, terdapat peran dari Garis Sepuluh Corporate sebagai tim produksi dari film animasi Riko the Series. Sebagai contoh dalam pembuatan *script*, tim produksi “Garis Sepuluh” memberikan *script* kepada tim kreatif yang kemudian diproduksi oleh tim kreatif.

Tahapan produksi dimulai dari pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi hingga film animasi Riko the Series terencana dengan baik. Tahapan produksi tersebut meliputi tahapan kreatif sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Proses tersebut diperlukan penerapan secara terstruktur dari mulai langkah awal hingga akhir, yang memiliki artian bahwa proses tersebut tidak dapat dimulai dari suatu tahap tertentu melainkan berjalan sesuai urutan dari tahap-tahap kreatif dan juga produksi.

Proses komunikasi, tahapan-tahapan kreatif, hingga proses produksi pada tim kreatif film animasi Riko the Series juga bertujuan dalam menghasilkan konten edukasi. Konten edukasi yang dimaksud yaitu nilai edukasi yang terkandung pada film animasi Riko the Series.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

## 6. Daftar Pustaka

- Alfiah, W. (2023). *Peran Tim Kreatif Dalam Mempertahankan Program Acara Berita “Riau Hari Ini.”* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Asrini, S. W. (2022). *Peran Tim Creative dalam Produksi Program Celebrity and Netizen di STARPRO Indonesia.*
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten di Era Digital.*
- Fadhli, N. M. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan.* 2(2). <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jesa/article/view/139/115>
- Hemandito, F. A., & Ramadhani, N. (2018). *Perancangan Karakter Utama Serial Animasi “Little Bird” dengan Mengadaptasi Burung Endemik Indonesia.*
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). *Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing.*
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Siaran Televisi Non Drama: Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan - Rusman Latief, Yusiatie Utud - Google Books.*
- Manurung, I. F. U. (2020). *Project Based Learning Activities: Media Powtoon dalam Pembelajaran IPA SD untuk Menganalisis Keterampilan Berpikir Kreatif Mahasiswa.*
- Nurbaiti, D., Nurjanah, S., Bisnis, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis, I. (2018). *Pengaruh Konten Edukasi dan Konten Rekreasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 3.* [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)

- Putra, D. (2023). *Peran Tim Kreatif dalam Meningkatkan Eksistensi Program "Talkshow" di UBTU Ujung Batu*.
- Rahma, A. N. (2018). *Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Dialog Film Animasi Meraih Mimpi*.
- Riko the Series. (2023). *Riko the Series*.
- Rosmawati, C., & Watini, S. (2023). *Peran TV Sekolah sebagai Media Syiar Konten Edukasi bagi Anak Usia Dini*. 7(1), 185–196. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.3692>
- Saputra, R., & Yoedtadi, M. G. (2023). Strategi Menjaga Rating Program Junior MasterChef Indonesia Season 3 oleh Tim Kreatif. *Kiwari*, 2(2), 281–287. <https://doi.org/10.24912/KI.V2I2.24014>
- Siregar, R. T. (Robert ), Enas, U. (Ujang ), Putri, D. E. (Debi ), Hasbi, I. (Imanuddin ), Ummah, A. H. (Athik ), Arifudin, O. (Opan ), Hanika, I. M. (Ita ), Zusrony, E. (Edwin ), Chairunnisah, R. (Reni ), Ismainar, H. (Hetty ), Syamsuriansyah, S. (Syamsuriansyah), Bairizki, A. (Ahmad ), Lestari, A. S. (Ambar ), & Utami, M. M. (Mira ). (2021). Komunikasi Organisasi. *Komunikasi Organisasi*, 1–7. <https://repository.penerbitwidina.com/uk/publications/338840/>
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). *Analisis Data dan Pengecekan Kebshahan Data*.