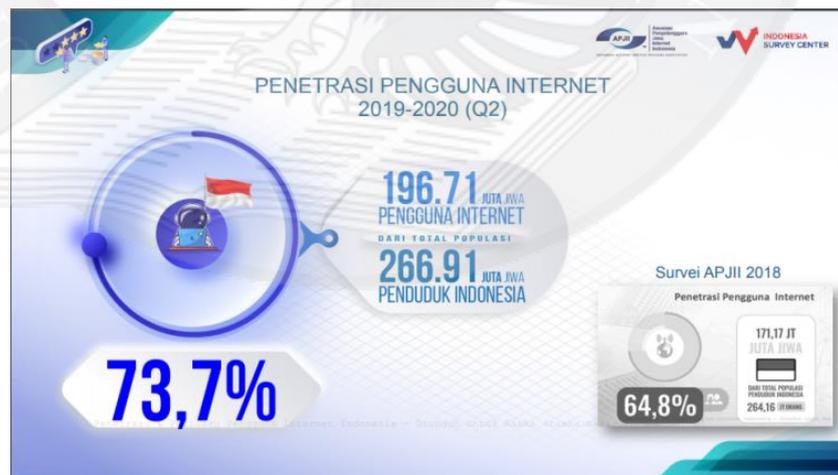


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat di Indonesia khususnya pada media baru yaitu internet, hal ini ditandai dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada awal bulan November 2020, sekitar 196,7 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, hal ini menunjukkan peningkatan sebanyak 9% sehingga menjadi 73,7%. Melihat jumlah kenaikan pengguna internet, dapat disimpulkan bahwa masyarakat bergantung pada media baru khususnya media baru internet (APJII, 2020)



Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet
Sumber : (APJII, 2020)

Menurut Duncan, (2020) media tradisional seperti surat kabar, radio, televisi menyesuaikan diri dengan adanya media baru, dimana media tradisional memanfaatkan internet untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Seperti surat kabar dan televisi yang menggunakan internet agar dapat diakses oleh khalayak melalui *smartphone*. Media baru internet memiliki karakteristik sebagai berikut bebas dalam beropini, proses distribusi yang cepat, biaya distribusi rendah, memiliki jangkauan yang luas, dan interaktivitas (Duncan, 2020). Media baru ini memberikan beberapa kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, contohnya masyarakat dengan mudah mengakses media untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan internet.

Sama halnya dengan fungsi komunikasi massa seperti yang diutarakan oleh MacBride dalam Effendy, (2019) yaitu fungsi informasi, sosialisasi, motivasi, perdebatan dan diskusi, pendidikan, memajukan kebudayaan, hiburan dan integrasi. Industri media seperti industri televisi memanfaatkan internet untuk memenuhi seluruh fungsi dari komunikasi massa, yaitu dengan menghadirkan televisi *online*. Menurut Romli, (2018) televisi *online* memiliki konsep diperbaharui terus menerus. Televisi *online* menyajikan program acara yang lebih beragam seperti vlog, video podcast, dan lain-lainnya, selain itu televisi *online* memiliki kelebihan yaitu dapat ditonton kapanpun dan dimanapun.

Menurut Alwan, (2021) televisi *online* dapat menghibur masyarakat dimana pun dan kapan pun melalui aplikasi televisi *online*

yang dapat di *download* di playstore ataupun app store. Di Indonesia terdapat beberapa jenis aplikasi televisi *online* di Indonesia antara lain; vidio.com yang merupakan aplikasi dari PT Kreatif Media Karya, UseeTV Go yang merupakan aplikasi dari Telkom, dan RCTI+ yang merupakan aplikasi dari RCTI (Alwan, 2021).

RCTI+ merupakan anak perusahaan dari PT MNC Group yang bergerak di televisi *online*. RCTI+ adalah aplikasi televisi *online* yang menggabungkan 4 stasiun televisi, yaitu RCTI, GTV, MNC TV dan INews. Pengguna RCTI+ dapat menyaksikan dimanapun dan kapanpun program-program acara dari keempat stasiun televisi di atas dan juga program acara eksklusif RCTI+ yang hanya ada di aplikasi RCTI+ itu sendiri, salah satunya adalah program acara The Famous.

The Famous merupakan salah satu program acara eksklusif RCTI+. Program ini merupakan program dokumenter yang mengangkat cerita mengenai kehidupan para publik figur di Tanah Air beberapa di antaranya adalah Glenca Chysara, Ranty Maria, Verrel Bramasta dan Rimar Indonesia Idol. Program ini menceritakan tentang perjalanan karir mereka dan juga pencapaian-pencapaian apa saja yang telah mereka capai. Program acara The Famous mengangkat kisah-kisah para publik figur yang sedang populer dengan tujuan untuk memberikan inspirasi kepada masyarakat.

Program acara The Famous melewati proses produksi. Menurut Wibowo, (2007) sebuah program acara televisi dikenal dengan *standard operational procedure* (SOP), dimana SOP merupakan 3 tahap produksi yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dalam proses produksi program acara The Famous melibatkan beberapa posisi pada departemen produksi seperti *Manager producer, Producer, Producer assistant, Cameraman, Editor* dan *Creative officer*.

Menurut Mabruhi, (2013) *creative officer* memiliki peran penting dalam proses produksi, dimana *creative officer* selalu terlibat pada setiap tahap proses produksi. Dalam pembuatan episode program acara The Famous, *creative officer* bertugas mengembangkan konsep atau ide dasar yang sudah dibuat, tidak hanya itu *creative officer* juga melakukan riset mengenai *talent* dan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan menarik untuk interview. *Creative officer* bertanggung jawab terhadap setiap episode program acara The Famous yang akan dibuat agar dapat menarik perhatian masyarakat.

Dalam menjalankan program magang di RCTI+, pemegang ditempatkan di departemen produksi dan menjalankan tugas sebagai *creative officer*. Hal ini sesuai dengan konsentrasi yang pemegang ambil yaitu Jurnalistik di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan. Mengingat konsentrasi pemegang ialah Jurnalistik, *creative officer* merupakan posisi yang sangat tepat dikarenakan *creative officer* merupakan peran penting dalam proses produksi. Selama proses produksi

pemegang bertugas sebagai *creative officer* melewati proses produksi dimulai dari pra produksi seperti menentukan konsep acara, produksi seperti berdiskusi dengan *cameraman* saat proses *shooting* dan pasca produksi seperti berdiskusi dengan *editor* saat proses *editing*.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan dari pemegang melakukan magang di RCTI+ adalah :

1. Untuk mempraktikkan tugas-tugas *creative officer* di RCTI+ khususnya pada program acara The Famous
2. Untuk mengaplikasikan proses produksi di RCTI+ khususnya pada program acara The Famous.

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Pemegang melaksanakan magang pada RCTI+ di bawah naungan MNC Group yang berlokasi di MNC Studios tower 2 lantai 3. Pemegang bergabung bersama departemen produksi dan menjalankan tugas sebagai *creative officer* mulai dari tanggal 3 Mei 2021 sampai dengan 10 September 2021.

Creative officer menjalankan proses produksi pada program acara The Famous yang berpatokan pada proses produksi, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Ketentuan yang harus diikuti Pemegang di RCTI+ antara lain :

- 1) Pemagang diwajibkan hadir setiap senin hingga jumat dari tanggal 3 Mei 2021 sampai dengan 10 September 2021, namun dikarenakan PPKM pemagang melakukan kegiatan magang secara *work from office* (WFO) dan *work from home* (WFH) yaitu 3 hari WFH dan 2 hari WFO, namun hal ini dapat berubah jika pemagang dibutuhkan untuk hadir ke kantor. Pemagang harus mengikuti arahan yang diberikan oleh departemen produksi agar pemagang semakin paham bagaimana tugas *creative officer* di RCTI+.
- 2) Pemagang diperbolehkan meninggalkan kantor pada pukul 19.00 WIB, jika ada proses shooting pemagang baru diperbolehkan meninggalkan kantor sampai tugas sudah selesai.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

Pemagang melaksanakan magang pada RCTI+ di bawah naungan MNC Group yang berlokasi di MNC Studios tower 2 lantai 3. Pemagang bergabung bersama departemen produksi dan menjalankan tugas sebagai *creative officer* mulai dari tanggal 3 Mei 2021 sampai dengan 10 September 2021.

Dimasa pandemi kegiatan magang dilaksanakan secara *work from office* (WFO) dan *work from home* (WFH), hal ini dikarenakan departemen produksi tetap harus menjalankan proses *shooting*. Pemagang memulai kegiatan magang pada hari Senin hingga Jumat dari pukul 08.00 sampai

dengan 19.00 WIB, namun jadwal kerja pemegang dapat berubah tergantung proses *shooting*.

