

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan teknologi komunikasi di zaman modern seperti sekarang ini, menghadirkan berbagai macam solusi menarik serta cara baru dalam berkomunikasi. Salah satunya adalah dengan munculnya *virtual event* yang merupakan sebuah istilah untuk kegiatan acara yang diadakan secara daring atau *online* dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi internet. *Virtual event* kemudian dijadikan sebagai sebuah solusi menarik bagi para pelaku pelaksana acara seperti *event organizer* hingga para pelaku dan pengguna *online media*. Salah satu pelaku *online media* yang menyelenggarakan *virtual event* adalah IndonesiaBaik.Id sebagai “*news and media website*”, yang adalah bentukan resmi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. IndonesiaBaik.Id menyelenggarakan berbagai acara virtual, salah satunya yaitu adalah program NGOCE.

Seperti yang disampaikan oleh Rudiantara (Menteri Kemen Kominfo 2014-2019), bahwa IndonesiaBaik.Id merupakan salah satu situs *online* resmi yang dimiliki oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang dimana tujuan utama pembentukannya adalah supaya Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dapat lebih mudah dan lebih dekat dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada anak - anak muda Indonesia, yaitu

dengan menyesuaikan penyampaian informasi dengan gaya yang lebih santai dan kekinian. IndonesiaBaik.Id menghadirkan banyak konten menarik melalui berbagai *online media platform* seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan lainnya, sehingga pendekatan kepada anak - anak muda Indonesia dapat lebih mudah dilakukan. Dalam pertemuan awal Pemegang dengan pimpinan IndonesiaBaik.Id, yaitu Dimas Aditya Nugraha, beliau menjelaskan bahwa IndonesiaBaik.Id merupakan sebuah media yang menghadirkan beragam informasi baru setiap harinya, serta banyak juga menyelenggarakan kuis serta acara *virtual* untuk terus dapat mempertahankan dan meningkatkan *engagement* dengan para pengikutnya.

Beberapa acara *virtual* yang diadakan IndonesiaBaik.Id adalah seperti *Creative From Home* yang diadakan dalam rangka untuk memperingati Hari Sumpah Pemuda yang jatuh pada 28 Oktober 2020, dimana acara ini merupakan sebuah lomba pembuatan video pendek bertemakan Sumpah Pemuda yang dilaksanakan secara *online* hanya dengan mengirimkan video peserta melalui media sosial dan begitu pula pengumuman pemenang lombanya, melalui sosial media. Acara *virtual* lainnya yang diadakan oleh IndonesiaBaik.Id yaitu adalah NGOCE seperti yang sudah sebutkan sebelumnya, yang merupakan singkatan dari Ngobrol Cerdas. NGOCE merupakan suatu acara *virtual talk-show* dengan menghadirkan berbagai macam narasumber inspiratif dari Indonesia untuk memberikan bahasan yang informatif dan edukatif kepada anak muda Indonesia. Selain bincang - bincang, acara ini juga mengemas produksinya sesantai mungkin dengan menyelipkan *games* serta tanya jawab ringan dengan narasumber. Bukan hanya narasumber yang beragam, namun juga setiap episode nya selalu menghadirkan *live*

performance yang menarik untuk lebih menghibur penonton. NGOCE dalam produksinya juga bekerjasama dengan Kelas Bersama yang merupakan sebuah komunitas yang bergerak di bidang pendidikan dengan menjadi penyambung antara siapapun yang tergerak untuk bersedekah ilmu dan juga para pencari ilmu yang merupakan sebuah komunitas dibawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Program ini ditayangkan seminggu sekali secara *live* dan *tapping* melalui beragam kanal *online* IndonesiaBaik.Id dan juga Kelas Bersama seperti di Instagram, Facebook, dan YouTube.

Pelaksanaan acara ini bersangkutan dengan banyak pihak dimana membutuhkan kerja sama tim yang baik. Mulai dari perencanaan acara, pelaksanaan, hingga evaluasi, sehingga sangat membutuhkan peran dari manajemen komunikasi. Pengaplikasian manajemen komunikasi tentu saja perlu diterapkan dalam setiap organisasi yang dimana organisasi sebagai sebuah kerangka kerja yang menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang, dan juga tanggung jawab yang jelas antara pimpinan dan bawahan dalam suatu sistem manajemen modern. Sebagaimana yang disebutkan oleh Abidin (2015) bahwa tujuan utama dari manajemen komunikasi adalah untuk pemanfaatan secara optimal sumber daya manusia dan teknologi. Dimana dalam hal ini manusia diharapkan dapat bekerjasama dengan memanfaatkan kehadiran teknologi untuk mengaplikasikan manajemen sebaik mungkin seiring dengan perkembangan teknologi itu sendiri. Sehingga hasil dari proses komunikasi yaitu adalah terciptanya dialog yang berjalan dua arah sekaligus melahirkan pertukaran informasi yang relatif seimbang. Dimana dalam proses produksi *talk-show*

NGOCE, tiap-tiap anggota sudah memiliki kerangka kerja seperti dari pimpinan yaitu Koordinator dan Redaktur Pelaksana hingga *editor, copy writer*, dan juga para pemegang yang memiliki *job desc* masing-masing, namun yang menjadi pertanyaan adalah apakah manajemen komunikasi yang diharapkan dapat diaplikasikan dengan baik atau tidak.

Pada zaman sekarang sangat penting bagi sebuah perusahaan maupun organisasi untuk memiliki divisi khusus untuk menangani media *online* atau media sosial. Ditambah lagi dengan kondisi dunia yang sedang menghadapi pandemi virus COVID-19, membuat banyak orang terus bergantung kepada penggunaan media *online*. Dimana untuk per 22 Maret 2021, berdasarkan data laporan kasus COVID-19 pada *website* resmi (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2021), peningkatan atau pertambahan jumlah kasus positif di Indonesia masih terus bertambah sebanyak 5.744 kasus dari seluruh Indonesia yang kemudian menambah kasus positif menjadi 1.465.928 kasus dengan jumlah kasus aktif 128.250, kasus sembuh sebanyak 1.297.967, serta 39.711 kasus meninggal dunia akibat terpapar virus COVID-19. Walau kerap terjadi penurunan angka kasus positif dan juga sudah mulai berjalannya vaksinasi, tidak dapat menjadi jaminan bahwa pandemi akan segera berakhir dan virus akan segera hilang. Sehingga melihat dari prospeknya, acara - acara *online* atau pun *virtual event* yang saat ini banyak dilakukan masih akan tetap menjadi *trend* di masa yang akan datang walaupun pandemi COVID-19 telah berakhir, mengingat acara dengan model seperti ini sangat memberikan kemudahan dan lebih ekonomis jika dibandingkan dengan penyelenggaraan acara-acara *offline* atau tatap muka langsung seperti biasanya.

Tentunya tanpa adanya penanganan tepat terhadap perkembangan perusahaan di era modern, perusahaan atau organisasi dapat tertinggal oleh zaman. Seperti yang ditulis oleh Zarella (2010) dimana *social media* sebagai sebuah media penyamarataan yang luar biasa, dimana *brand* besar dapat melakukan langkah besar tanpa memerlukan pengeluaran yang besar dan juga *brand* kecil dapat menghasilkan langkah besar dengan bantuan media sosial. Maka dari itu, sangat penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi untuk memiliki divisi khusus untuk menangani media *online* atau sosial media agar dapat terus beradaptasi dengan perkembangan dan juga harus memiliki manajemen komunikasi yang baik antar anggota tim agar kegiatan yang melibatkan banyak orang dan banyak pihak ini dapat berjalan dengan baik dan lancar serta tepat sasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Pemegang melakukan kegiatan magang untuk mengetahui bagaimana aktivitas manajemen komunikasi dalam penyelenggaraan salah satu *virtual event* yang dilakukan oleh IndonesiaBaik.Id yang disusun dalam sebuah laporan magang yang berjudul “Penerapan Manajemen Komunikasi Dalam Penyelenggaraan *Virtual Event Talk-Show* NGOCE IndonesiaBaik.Id”.

1.2. Tujuan Magang

Tujuan yang ingin dicapai Pemegang dalam pelaksanaan magang kali ini adalah:

1. Untuk mempelajari penerapan manajemen komunikasi pada program *virtual talk-show* NGOCE

2. Untuk melakukan observasi proses produksi *virtual talk-show* NGOCE di *news and media website* IndonesiaBaik.Id

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan

1.3.1. Ruang Lingkup

Pemegang melaksanakan magang secara daring atau *online* sebagai staf di Direktorat Pengelolaan Media dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia khususnya di bagian divisi Pengelolaan Audio Visual pada *news and media website* IndonesiaBaik.Id.

1.3.2. Batasan Magang

Batasan - batasan yang ada yaitu Pemegang sebagai anggota tim produksi *virtual event* yaitu sebuah *online talk-show* dan melakukan pekerjaan seperti membuat *design poster*, mencari dan menghubungi narasumber, mencari *host* dan membuat *guidelines* untuk *host*, mencari data - data (*killerfacts*) untuk keperluan *talkshow*, dan membuat TOR (*Term of References*). Pemegang juga berpartisipasi sebagai panitia dalam kegiatan lomba yang diadakan secara *online* yaitu *Creative From Home*.

1.4. Lokasi dan Waktu Magang

Pemegang melaksanakan kegiatan magang secara daring (*online*) atau WFH (*Work From Home*) dengan durasi selama 3 bulan atau sama dengan 640 jam kerja, dimulai dari tanggal 21 September 2020 sampai dengan 23 Desember 2020. Untuk pelaksanaan waktu kerja disesuaikan dengan kebutuhan acara dan juga mengikuti

waktu kerja dari atasan atau *supervisor* yaitu dari hari Senin sampai dengan hari Minggu.

