



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman terus bergulir cepat didampingi oleh berkembangnya teknologi-teknologi modern berbasis internet. Era masa kini seringkali disebut juga era informasi, dimana manusia mengutamakan informasi. Informasi kini telah melekat menjadi suatu kebutuhan manusia. Kebutuhan ini mampu memicu adanya perkembangan yang hadir dari teknologi komunikasi. Hal ini ditandai dengan semakin lumrahnya penggunaan internet di berbagai aktivitas Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi dan bertahan hidup.

Sebelum televisi hadir di kalangan masyarakat, media cetak terlebih dahulu hadir dan kemudian radio. Menurut Mabruri (2013:4) televisi merupakan media komunikasi modern, yang dalam perkembangannya televisi menjadi barang pokok atau kebutuhan pokok sebab dalam kenyataannya setiap individu mempunyai televisi, sedangkan menurut Junaedi (2015:40) Televisi adalah perpaduan gambar dan narasi, sehingga reporter harus mampu memadukan gambar dan narasi. Media televisi pada dasarnya mempunyai peranan pokok yaitu memberikan informasi atau pesan yang mengandung unsur pendidikan, penerangan, hiburan dan promosi. Tugas dan peranan yang harus diemban diiringi dengan tumbuhnya kompetisi dari sekian banyak jumlah stasiun televisi maka merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pihak yang berkecimpung pada media penyiaran ini. Televisi adalah sistem elektronik untuk memancarkan gambar bergerak (moving images) dan suara kepada *receivers*. Sejak tahun 1930 mulai penyiaran televisi menemani radio, dan secara aktif siaran televisi dimulai 1947. Menyertai berbagai perkembangan komponen teknis di negara-negara seperti Inggris, Eropa, Uni Soviet, dan Amerika Serikat, televisi sampai dinilai sangat memungkinkan pada tahun 1931. Pada tahun ini penelitian yang dibuat di Inggris oleh Isaac Shoenberg, seorang yang berpengalaman dalam urusan transmisi radio di Uni Soviet, ditugaskan melakukan pengembangan penyiaran televisi. Standard Shoenberg's tersebut kemudian diadopsi oleh BBC yang di *launching* pertama kali di London tahun 1936.

Media penyiaran dan informasi saat ini berkembang dengan cukup pesat, media tersebut selalu berusaha untuk menampilkan teknologi modern yang dikemas dengan menarik, sesuai dengan kebutuhan *audience* yang melihatnya. Perkembangan teknologi dalam dunia penyiaran sudah sangat maju, hal itu terbukti dengan adanya alat-alat penunjang dalam melakukan siaran liputan sebuah berita melalui berbagai sumber, selain itu kini tersedia kendaraan yang digunakan untuk melakukan siaran secara langsung. Informasi yang terpercaya sangat dibutuhkan, baik itu seperti melalui media cetak ataupun elektronik. Pada media elektronik, yaitu dengan cara melihat berita secara langsung melalui televisi maupun secara *online*.

Adanya internet didukung dengan adanya ponsel pintar (smartphone) yang membuat manusia semakin mudah serta merasa bebas untuk memilih informasi yang diinginkan, salah satunya dengan kemudahan untuk menikmati konten hiburan dimanapun dan kapanpun dengan perangkat yang dimiliki. Hal ini juga dibuktikan oleh IDN *Research Institute* dalam *Indonesia Milenial Report 2019* bahwa 4 aktivitas utama ketika seseorang terkoneksi dengan internet adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

chatting/messaging (saling berkirim pesan singkat), *browsing* (berselancar mencari informasi di dunia maya), *social networking* (memperluas jaringan sosial dengan memanfaatkan media sosial) dan *video streaming* (layanan tontonan berupa video yang diakses dengan menggunakan internet). Layanan *video streaming* kini semakin populer diberbagai kalangan karena dapat diakses dengan mudah, kapanpun dan dimanapun juga. Hampir semua orang mampu mengakses layanan video melalui internet untuk mengisi waktu serta mencari hiburan maupun informasi yang dibutuhkan.

Menurut Brilianto (2016) *Broadcasting* merupakan suatu kegiatan di dalam cara menyampaikan pesan, ide, hasrat, kepada khalayak dengan menggunakan fasilitas *frequency*, dengan kata lain dunia broadcasting adalah merupakan suatu kegiatan penyiaran yang dilakukan oleh seorang penyiar. *Broadcasting* merupakan dunia penyiaran, dan ini dapat dikatakan suatu kegiatan yang senantiasa selalu menarik perhatian khalayak masyarakat luas, baik secara audio dan visual.

Umumnya ciri khas dari media komunikasi massa modern memberikan kepraktisan dalam hal memberikan dan menyampaikan informasi, serta memberikan hiburan kepada khalayak yang menjadikan hubungan antara manusia yang sebelumnya berkomunikasi secara lisan menjadi komunikasi bermedia. Menurut Habibie D.K (2018:79) Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat. Salah satu media komunikasi massa yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat adalah televisi. Televisi sebagai media massa memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi maupun hiburan. Gaya siaran televisi memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dengan radio. Penikmat radio tidak perlu menonton, sambil beraktivitas apapun dapat mendengarkan dan menikmatinya. Hal ini berbeda dengan pemirsa televisi, ia harus konsentrasi untuk menontonnya. Karena itu seorang yang akan tampil di televisi harus memperhatikan gaya siaran di televisi.

Program televisi akan melewati beberapa tahap proses produksi hingga dikemas sedemikian rupa menjadi sebuah program yang menarik dan banyak ditonton. Prosedur ataupun proses produksi televisi menurut Fachruddin (2017:10) dibagi menjadi tiga tahap yaitu praproduksi (*pre- production*) yang dimulai dengan konsep program, tujuan, *budgeting* dan sasaran yang ingin dicapai. Selanjutnya ialah produksi (*production*) yang dimulai dengan latihan dan rekaman. Terakhir ialah pasca produksi (*post-production*) yang dimulai dengan *editing* suara, *editing* gambar, membuat susunan daftar gambar dan evaluasi.

Banyak perusahaan yang menggunakan media sosial dalam menyebarkan informasi diantaranya adalah Vision+, Vidio.com, WeTv, Viu, RCTIPlus dan sebagainya. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dengan cara melaksanakan komunikasi pemasaran. Social media marketing berfokus pada pembuatan konten (pesan, artikel, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagikan (*share*) konten tersebut melalui jejaring sosial mereka. Singkatnya, pemasaran media sosial adalah upaya yang dilakukan oleh departemen pemasaran atau hubungan masyarakat suatu perusahaan untuk membuat teks, gambar, video, grafik, atau unggahan di akun media sosial suatu perusahaan untuk mempromosikan barang atau jasa.

Produser berperan sebagai penanggung jawab atas seluruh pelaksanaan kegiatan produksi. Ia melakukan koordinasi pelaksanaan pra produksi, produksi

dan pasca produksi. Dalam menjalankan tugasnya produser diawasi oleh produser eksekutif. Seorang produser harus memiliki kemampuan berfikir dan menemukan ide atau pemikiran dalam suatu tulisan (proposal) untuk suatu program acara secara baik dan sistematis serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan bekerjasama dengan seluruh kerabat kerja dan unsur-unsurnya. Dalam melaksanakan perannya produser akan selalu berusaha mengembangkan program siarannya, serta akan mengawasi keseluruhan tahapan produksi, sejak dari *pre production meeting* sampai dengan *post production* dan sebagai seorang produser yang mempunyai tanggung jawab penuh untuk setiap unsur teknik dan perekrasan yang semuanya dituangkan ke dalam bentuk program.

Berbagai program yang disajikan RCTI+ mencoba untuk tetap eksis di media penyiaran, ditengah-tengah persaingan yang begitu ketat, dengan cara terus memperbaiki mutu program agar tetap diminati masyarakat. Salah satu jenis program yang diunggulkan oleh RCTI+ adalah program *variety show*. Program *variety show* ini dibuat semenarik mungkin dan dikemas dalam bentuk yang ringan agar para penonton bisa lebih santai dalam menonton.

RCTI+ adalah media *streaming* dari TV RCTI, sehingga pemirsa setia RCTI bisa menonton ulang di RCTI Plus. MNC group juga memiliki beberapa *chanel – chanel* seperti MNCTV, GTV, dan iNews yang bisa berulang untuk menonton *chanel* ini melalui RCTI Plus, untuk di kemas dan diposting di akun *Youtube Community RCTI+*, dengan menayangkan berbagai program acara yang menarik dan memikat bagi *audiencenya*. Ide program, gagasan ataupun peralatan pendukung untuk produksi setiap acara siaran dibutuhkan agar menghasilkan selera gambar dan suara yang baik. Tidak mengherankan jika RCTI+ memiliki daya tarik tersendiri untuk program acaranya yang menyesuaikan karakter televisi itu sendiri yaitu “X Factor Indonesia 2022”

RCTI+ menampilkan program acara *live* yaitu Rolasan. Program acara ini bergenre *entertaint* yang berguna menghibur masyarakat dengan penampilan musik-musik seperti keroncong, musik indi pop, etnomusikal, sampai pentas ceria anak. Suatu program yang di tayangkan pada hakekatnya adalah tontonan. Memang sebuah tontonan bisa menarik tergantung bagaimana cara mensiasatinya, setidaknya membuat pemirsa terhipnotis pada waktu berikutnya yang sama dalam arti bahwa pemirsa kecanduan dengan suatu acara tertentu. Ciri khas tersebut yang membuat X-Factor Indonesia dalam aplikasi RCTI+ menjadi menarik untuk ditonton oleh masyarakat.

Salah satu program yang dibuat oleh RCTI+ adalah program hiburan dengan kategori *reality show* yang dinamakan X-Factor Indonesia yaitu suatu program *competition show* yang ditunjukan bagi masyarakat baik kalangan muda maupun tua dan program ini disajikan dengan konsep yang menarik dan kreatif. Program X-Factor Indonesia adalah sebuah acara realitas berupa kompetisi bernyanyi yang diadopsi dari tayangan asli The X Factor di Inggris; pemenang ajang pencarian bakat ini akan mendapat 1 miliar rupiah dan kontrak rekaman dari *Sony Music* Indonesia. Musim kedua dari program ini mulai ditayangkan di RCTI pada April 2015. Pada musim ini, posisi Anggun Cipta Sasmi sebagai juri digantikan oleh Afgansyah Reza.

Maka dari itu, alasan penulis mengangkat tema “Peran Produser dalam Acara *Live Streaming* X-Factor Indonesia di Aplikasi RCTI+” ialah agar pembaca



maupun masyarakat mengetahui bagaimana Peran produser dalam acara *live streaming* X-Factor Indonesia 2022 di Aplikasi RCTI+.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan pokok rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran produser dalam acara *live streaming* X-Factor Indonesia 2022 di aplikasi RCTI+?
2. Apa saja hambatan dan solusi yang dialami oleh produser dalam acara *live streaming* X-Factor Indonesia 2022 di aplikasi RCTI+?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk:

1. Menjelaskan peran produser dalam acara *live streaming* X-Factor Indonesia 2022 di aplikasi RCTI+.
2. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dialami oleh produser dalam acara *live streaming* X-Factor Indonesia 2022 di aplikasi RCTI+.

METODE



Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data Laporan Akhir ini dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan di MNC Tower Kebon Jeruk yang beralamat di Jalan Perjuangan No.12-88, RT.11/RW.10, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530. Pengumpulan data dilakukan selama dua bulan terhitung dari 13 Februari 2022 sampai dengan 23 April 2022. Penulis bekerja dimulai dari pukul 11.00-22.00 WIB pada setiap hari Senin sampai Jumat.

Data dan Instrumen

Secara umum menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), data adalah keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian (analisis atau kesimpulan). Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data untuk Laporan Akhir adalah:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan. Data primer dalam tulisan ini diperoleh langsung dengan turut serta mengikuti kegiatan produksi X-Factor Indonesia 2022 RCTI+ selama dua bulan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data internal yaitu data yang tidak dapat diperoleh langsung melainkan melalui media perantara seperti buku, jurnal dan lain sebagainya. Data sekunder dalam tulisan ini diperoleh dari situs resmi yang dikelola oleh PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia.

Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk membantu pengumpulan data, baik itu data primer maupun data sekunder yang kemudian akan diolah sebagai informasi. Dalam pembuatan Laporan Akhir ini, instrument yang