

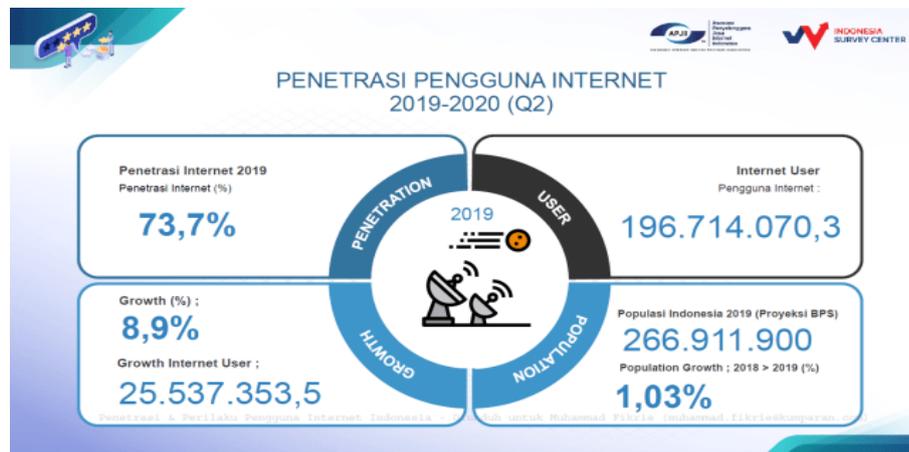
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi menjadi satu hal yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan bersosial dari manusia. Terlebih lagi dengan perkembangan zaman, komunikasi perlu dalam penyebaran informasi kepada individu, kelompok, atau bahkan massa. Menurut Mulyana (2017) kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama”. Sebuah komunikasi menuntut untuk memahami suatu makna, pesan, atau suatu pikiran dengan sama atau satu tujuan yang sama.

Komunikasi memiliki beberapa tipe, ada komunikasi interpersonal, antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan penyebaran informasi secara bersamaan kepada khalayak banyak. Romli (2017) mengungkapkan, ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media *audio visual* maupun media cetak. Televisi dikategorikan ke dalam media audio visual.

Seiring perkembangan zaman, televisi telah menuju era *digital*. Teknologi ke arah *digital* ini dapat merubah kultur dari sebuah bangsa atau negara yang bisa secara sadar maupun tidak sadar dapat terjadi. Menurut Arifianto (2019), Teknologi media digital dapat membentuk bagaimana cara berpikir, berperilaku dan akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak sesuai dengan yang dipikirkannya. Pengaruh yang dapat ditimbulkan dengan adanya perubahan pada era *digital* ini seperti perubahan akan perilaku dan gaya hidup seseorang.



Gambar 1 Survei yang dilakukan APJII
Sumber: Buletin APJII (2020)

Digitalisasi didukung dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Ini berdasarkan data yang diambil pada bulan November 2020 dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), dimana sekitar 196,7 juta penduduk Indonesia menjadi pengguna internet aktif, dan menunjukkan peningkatan sebanyak 8,9% menjadi 73,7%. Masyarakat Indonesia bisa dibilibang bergantung pada Internet yang menjadi media baru. Industri-industri di Indonesia

ikut turut serta memanfaatkan internet untuk memenuhi target pasarnya, salah satu contohnya pada industri media televisi.

Industri media televisi memanfaatkan internet dengan menghadirkan televisi yang berbasis *online* atau *digital platform*. Televisi berbasis *online* ini memiliki kelebihan yaitu hanya dengan koneksi internet, pengguna dapat mengakses dimanapun dan kapanpun. Beberapa aplikasi atau *platform* dari televisi *online* yang ada di Indonesia, seperti UseeTV, Video.com, RCTI+, Vision+, dan lain sebagainya.

RCTI Plus (RCTI+) yang resmi diluncurkan pada tanggal 24 Agustus 2019 adalah *digital platform* saluran televisi tidak berbayar (Free To Air atau FTA) milik PT MNC Digital Indonesia yang bergerak pada televisi berbasis *online*. RCTI+ menyajikan siaran dari empat stasiun milik PT MNC Group, yaitu RCTI, MNC TV, GTV, dan INews. Ditambah dengan fitur lainnya seperti News+, Audio+, Hot+, dan Games+. Konten-konten eksklusif yang dihadirkan di RCTI+ seperti Keeping Up With The Master Chef, Nonton Bareng Ikatan Cinta, The Famous, Backstage+ XFactor Indonesia, dan masih banyak lagi.

Backstage+ XFactor Indonesia adalah program yang dihadirkan untuk melihat bagaimana persiapan peserta XFactor di belakang panggung saat *commercial break* muncul. Adapun konten-konten yang disajikan dari Backstage+ XFactor seperti X-Playlist yang menghadirkan konten lagu pilihan dari peserta XFactor, lalu ada 1Minute The X yaitu konten *bloopers* atau kumpulan video lucu dari keseruan-keseruan yang terjadi pada panggung XFactor, dan ada potongan video dengan durasi tidak lebih dari lima menit yang dikemas secara menarik pada acara Backstage+.

Berjalannya program Backstage+ XFactor Indonesia dilakukan oleh tim produksi, salah satunya adalah tim kreatif. Tim kreatif berperan penting untuk menciptakan ide-ide kreatif dan menarik untuk menjadikan tayangan Backstage+ XFactor Indonesia menjadi pilihan penonton. Peran Tim Kreatif dalam Proses Produksi Program Backstage+ XFactor Indonesia Pada Aplikasi RCTI+ menjadi latar belakang untuk menyusun laporan akhir ini, dengan tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Rumusan Masalah

Dalam tugas akhir ini, rumusan masalah yang menjadi permasalahan yaitu:

- 1) Bagaimana peran dari Tim Kreatif pada proses produksi acara Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+?
- 2) Bagaimana proses produksi program acara Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi yang dialami Tim Kreatif dalam proses produksi program acara Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+?

Tujuan Penulisan

Sesuai dengan rumusan di atas maka tujuan penulisan ini adalah:

- 1) Untuk menjelaskan bagaimana peran dari Tim Kreatif pada proses produksi acara Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+.



- 2) Untuk menjelaskan bagaimana proses produksi program acara Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+.
- 3) Untuk menjelaskan apa saja hambatan dan solusi yang dialami Tim Kreatif dalam proses produksi program acara Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi dan waktu dalam mengumpulkan data untuk laporan akhir ini dilakukan saat melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di RCTI+, yang berada di Jl. Perjuangan No.9-10, RT.11/RW.10, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat. PKL ini dilaksanakan selama 44 hari kerja setiap Senin-Jumat pada pukul 10.00-22.00 WIB. Waktu pengumpulan data sejak tanggal 23 Februari 2022 sampai 28 April 2022.

Data dan Instrumen

Data dan Instrumen untuk mendukung dan menjawab permasalahan yang ada dan dibutuhkan guna untuk menyusun laporan akhir adalah sebagai berikut:

- 1) Data primer yaitu data atau informasi yang diambil penulis selama menjalankan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara langsung berdasarkan partisipasi aktif, observasi, dan wawancara atau diskusi langsung dengan pihak-pihak yang terlibat pada saat pra produksi, produksi, dan pasca produksi pada program Backstage+ XFactor Indonesia di RCTI+.
- 2) Data sekunder yaitu data atau informasi yang diambil penulis melalui berbagai sumber yang telah tersedia dan secara langsung memperoleh data tersebut pada sumber yang bersangkutan. Data sekunder yang digunakan penulis sebagai bahan untuk laporan tugas akhir ini diperoleh melalui berkas *Human Resources Development* (HRD), *website*, *media online*, dan studi pustaka.

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah alat bantu yang mempermudah dalam pengumpulan data dan informasi untuk melengkapi laporan tugas akhir ini. Alat bantu itu seperti buku untuk mencatat hal-hal penting, daftar pertanyaan yang hendak diajukan saat wawancara, *gadget* yang sekaligus dapat merekam suara, merekam video, dan mengambil foto, serta laptop dan *flashdisk* yang digunakan untuk menyimpan data selama melakukan pengumpulan data.

Teknik Pengumpulan Data

Pada laporan akhir ini penggunaan Teknik Pengumpulan Data meliputi:

- 1) Observasi
Observasi dilakukan oleh penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan program Backstage+ XFactor Indonesia. Dimulai dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
- 2) Partisipasi langsung
Penulis melakukan partisipasi langsung secara aktif menjadi bagian dari tim kreatif dalam proses produksi Backstage+ XFactor Indonesia. Partisipasi