



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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tujuan suatu program siaran televisi secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan sendiri – sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai (Latief dan Utud (2015:49), Multimedia televisi juga memegang peranan yang sangat penting dalam masyarakat dan termasuk dalam multimedia linear. Menurut Musman dan Mulyadi (2017:50), multimedia yang linear artinya konten bersifat aktif dan linear, serta proses penyampaianya berlangsung tanpa kontrol navigasi maupun terhadap penonton. Program televisi menjadi salah satu kebutuhan masyarakat akan hiburan yang menarik sehingga menyebabkan persaingan antara perusahaan televisi untuk membuat tayangan yang menarik perhatian masyarakat melalui program acaranya. Persaingan program tayangan televisi menyebabkan perusahaan televisi harus membuat strategi yang efektif sebagai upaya untuk merebut perhatian konsumen. Komunikasi pemasaran (Marketing communication) yang baik dan tepat sebagai salah satu strategi yang membuat perusahaan dalam meningkatkan persaingan program tayangan televisi.

Hubungan antara pemasaran dan komunikasi sangat erat berkaitan, dasarnya rencana dalam melakukan pemasaran membutuhkan elemen komunikasi yang baik agar dalam prosesnya akan berjalan sesuai target yang diinginkan perusahaan. Komunikasi pemasaran yang baik dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian yang disebabkan oleh pemasaran yang kurang baik. Peran stasiun televisi yang menayangkan program tayangan yang menarik di masyarakat yang akan menarik minat konsumen sebagai perusahaan pendukung untuk mempromosikan barang dan jasanya dalam program tayangan televisi. Menurut Latief dan Utud (2015:69), bagi stasiun televisi, tujuan program sama dengan tujuan iklan program harus mendapat profit, keuntungan unsur bisnis mutlak adanya

Saat ini media televisi sudah sangat berkembang melalui program yang semakin baik dan salah satu program hiburan yang saat ini menjadi tontonan favorit masyarakat adalah program pencarian bakat. Banyak perusahaan televisi yang bersaing dalam program ajang pencarian bakat salah satunya adalah ajang pencarian bakat bernyanyi. Sebagai salah satu program unggulan PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) adalah program *Indonesian Idol* ajang pencarian bakat bernyanyi yang sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia. Peserta *Indonesian Idol* berasal dari beragam kalangan yang akan disaring menjadi idola Indonesia. Saat ini penyelenggaraan program pencarian bakat bernyanyi *Indonesian Idol* sudah memasuki tahun ke-10.

Menjadi salah satu program yang mempunyai *share and rating* yang baik adalah salah satu target dari RCTI untuk menjadikan *Indonesian Idol* agar mampu menarik minat konsumen untuk menjadi pendukung dari program tersebut. Dibutuhkan strategi yang baik untuk mencapai target

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

tersebut dimana dalam melakukan proses penjualan program kepada konsumen dipastikan agar benefit yang ditawarkan tidak akan merugikan perusahaan dan konsumen yang kemudian akan seimbang sehingga diharapkan akan terjadi keuntungan bersama antara RCTI dan perusahaan pendukung.

RCTI memiliki Departemen *Marketing Communication* yang bertugas menjalankan kegiatan pemasaran program RCTI. Departemen *Marketing Communication* terdiri atas tujuh divisi, salah satunya adalah Divisi *Creative off air*, yang bertugas untuk membuat konsep untuk program acara yang bersifat *off air*. Pembuatan konten harus melibatkan diskusi dengan tim yang bertugas. Pemasaran yang dilakukan tim *Creative off air* juga mencakup program - program yang bersifat *On Air* yang dimana tim akan berdiskusi dengan tim *Creative on air* membuat konsep yang bisa dipasarkan. Konsep acara *Off Air* yang akan melengkapi program tayangan tersebut dan kemudian masing – masing saling menjualkan program kepada konsumen agar benefit yang didapatkan akan menarik minat konsumen. Proses kerja pemasaran program yang akan dijual mencakup bagian – bagian program acara seperti konten yang menarik diluar lingkup produksi *On Air*. Kreativitas yang diciptakan divisi *Creative Off Air* dapat diterapkan dalam berbagai bentuk, mulai dari penentuan konten, konsep acara dan hal lainnya sehingga konsumen bisa mendapatkan *benefit* yang akan dan tertarik untuk sebagai pendukung program acara RCTI sehingga terjadinya keuntungan bersama secara tidak langsung untuk menghidupi jalanya perusahaan tersebut.



Sekolah Vokasi
Rumusan Masalah
College of Vocational Studies

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yang dikaji sebagai berikut:

- 1) Bagaimana deskripsi Program *Indonesian Idol Season 10* ?
- 2) Bagaimana peran *Creative Off Air* Departemen *Marketing Communication* dalam Program *Indonesian Idol Season 10* ?
- 3) Apa hambatan dan solusi yang dilakukan *Marketing Creative Off – Air* dalam program *Indonesian Idol Season 10* ?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penulisan Laporan Peran *Marketing Creative Off – Air* dalam Program *Indonesian Idol Season 10* oleh RCTI adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan deskripsi Program *Indonesian Idol Season 10*.
- Menjelaskan peran *Creative Off – Air* Departemen *Marketing Communication* terhadap Program *Indonesian Idol Season 10*.
- Menjelaskan hambatan dan solusi dalam Program *Indonesian Idol Season 10*.