



LAPORAN TUGAS AKHIR

PERAN VIDEO CHANNEL STRATEGIS DALAM DISTRIBUSI KONTEN VIDEO YOUTUBE SCTV DI PT VISUAL INDOMEDIA PRODUKSI

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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

BANGKIT PAMUNGKAS



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir berjudul Peran Video Channel Strategis dalam Proses Distribusi Konten Video Youtube SCTV di Visual Indomeia Produksi adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 2020



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bangkit Pamungkas
NIM J3A117317



RINGKASAN

BANGKIT PAMUNGKAS. J3A117317. 2020. Peran Video Channel Strategis dalam Distribusi Konten Video Youtube SCTV di PT Visual Indomedia Produksi. *The Role Of Video Channel Strategict In The Distribution Of Youtube SCTV Video Content In PT Visual Indomedia Produksi.* Dibimbing oleh: ALFI RAHMAWATI

Media sosial merupakan salah satu jenis teknologi yang berdampak besar pada perubahan aspek kehidupan manusia. Media sosial saat ini telah menjadi *trend* dalam komunikasi massa, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi didalamnya. Pada zaman sekarang media sosial tidak hanya untuk bertukar informasi, namun perusahaan besar pun mulai memanfaatkan media sosial untuk menyediakan konten hiburan dan untuk media sebagai promosi programnya. Saat ini telah banyak platform dan media sosial bermunculan seperti Youtube, Vidio.com, Twitter, dan masih banyak lagi. Peran Video Channel Strategis dalam Distribusi Konten Video Youtube SCTV adalah menganalisis pendistribusian channel video dan merencanakan strategi pendistribusian video di media sosial SCTV.

Laporan tugas akhir ini ditulis dengan tujuan untuk menjelaskan pemanfaatan media sosial untuk program televisi di channel televisi SCTV serta menjelaskan peran video channel strategis dalam proses pendistribusian video media sosial SCTV dan menjelaskan hambatan yang terjadi dalam proses distribusi video media sosial. Pengumpulan data untuk laporan tugas akhir ini dilaksanakan di PT Visual Indomedia Produksi berlokasi di SCTV Tower Lt II, beralamat di Jl. Asia Afrika No.Lot 19, Gelora, Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Waktu pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan terhitung mulai tanggal 6 Januari 2020 sampai dengan 6 Maret 2020. Jam kerja dari hari Senin hingga Jum'at, mulai pukul 10.00-18.00 WIB.

Data yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun instrument yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu daftar pertanyaan, alat tulis, kamera, laptop, *smartphone*, *flashdisk*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, partisipasi, wawancara, studi pustaka.

Simpulan dari laporan akhir ini adalah manfaat media sosial bagi distribusi program televisi untuk mempromosikan programnya, membangun relasi dengan media sosial dan melakukan distribusi informasi lebih cepat dengan media sosial. Pemanfaatan distribusi video media sosial ini menjadi tugas penting untuk divisi video channel strategis karena memiliki peran yaitu sebagai pelaku dalam menganalisis dan merencanakan strategi pendistribusian konten video. Divisi video channel strategis dalam menjalankan perannya terkadang mengalami hambatan teknis maupun non teknis. Hambatan tersebut berupa hambatan teknis seperti koneksi internet yang kurang memenuhi, jadwal mengunggah konten promosi yang tidak tepat waktu, dan aplikasi yang digunakan bermasalah. Selain itu, terdapat hambatan non teknis seperti konflik dalam divisi media sosial, terhambatnya proses menyunting judul dan deskripsi, tidak mendapat bahan video dan miss communication.

Kata Kunci : media sosial, proses distribusi, televisi



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta milik IPB, tahun 2020
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulis karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

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



PERAN VIDEO CHANNEL STRATEGIS DALAM DISTRIBUSI KONTEN VIDEO YOUTUBE SCTV DI VISUAL INDOMEDIA PRODUKSI

BANGKIT PAMUNGKAS



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Laporan Akhir ini
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya Pada
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Penguji pada laporan akhir : Muhammad Alfarissy, Sikom MSc

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



Judul : Peran Video Channel Strategis dalam Distribusi Konten Video Youtube SCTV di PT Visual Indomedia Produksi
Nama : Bangkit Pamungkas
NIM : J3A117317

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing : Alfi Rahmawati, S.KPm M.Si



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Ketua Program Studi : Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si
NIP. 196704101991032001

Dekan Sekolah Vokasi : Dr. Ir. Arief Darjanto, Dip.Ag.Ec, M.Ec
NIP. 1196106181986091001

Tanggal Ujian :
(20 Juli 2020)

Tanggal Lulus:
(15 Agustus 2020)

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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