



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari masa ke masa semakin mudah digunakan. Pada era sekarang teknologi baru mampu membuat media digital menjadi salah satu sistem komunikasi yang semakin berkembang. Nasrullah (2015:11) mengatakan teknologi telah memberikan akses kepada seseorang untuk menjadi bagian masyarakat jejaring *network society* tanpa batasan-batasan demografis, budaya, sosial dan sebagainya. Media digital sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, terutama bagi orang-orang yang bergelut dibidang tersebut. Tetapi dengan perkembangan yang sangat pesat, suatu hal yang menjadi pendukung media digital yaitu internet. Hal ini dikatakan sangat berpengaruh agar media digital dapat meningkatkan eksistensinya dimata masyarakat. Salah satu aspek yang membuat manusia berkembang adalah internet. Manusia ikut berperan penting dalam proses perkembangan dan penyampaian pesan melewati sebuah media digital atau saluran.

Pada era sekarang media digital memiliki banyak sekali jenisnya salah satunya televisi. Televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan survey Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi Televisi masih memimpin dengan 96 persen disusul dengan Media Luar Ruang (33%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%). Perbedaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia semakin gemar mengakses berbagai konten melalui media digital. Surya Citra Televisi merupakan salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang memiliki banyak program hiburan yang dapat menginspirasi audience. Program-program yang ada di SCTV tentunya bukan hanya menghibur, namun dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat. Program yang disediakan oleh SCTV menjadi sarana bagi masyarakat untuk mencari informasi. Bukan hanya mengandalkan program yang ada untuk menyampaikan informasi, SCTV juga menggunakan media sosial sebagai bentuk penyebaran informasi dan promosi terhadap semua programnya.

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, Instagram, dan masih banyak lagi. Sulianta (2015:6) mengatakan bahwa media sosial adalah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi *web* versi 2.0 yang memungkinkan terciptanya konten dan pertukaran konten dengan penggunanya.

Proses pendistribusian konten dan informasi di media sosial SCTV bekerja sama dengan PT Visual Indomedia Produksi. Konten yang berada di media sosial SCTV pada umumnya adalah tayangan ulang dari televisi yang diolah kembali dalam bentuk video highlight, deskripsi beserta caption pelengkap dari video tersebut. Proses pengolahan konten diunggah ke media sosial melalui proses pemotongan video, pembuatan judul dan deskripsi, pembuatan *Thumbnail*,

pembuatan *tagging*, serta pengkategorian konten yang akan didistribusikan. Pendistribusian program di media sosial juga dapat membantu untuk mengetahui tanggapan langsung dari penonton melalui kolom komentar. Tanggapan tersebut dapat menilai keberhasilan suatu program yang ditayangkan di media sosial.

Divisi video channel strategis merupakan tim yang menganalisis dan merencanakan strategi pendistribusian konten video yang berhubungan dengan media sosial. Penggunaan video dalam pendistribusian media sosial merupakan hal yang sering dilakukan untuk pemanfaatan media sosial. Peran video channel strategis dalam proses distribusi konten video youtube SCTV menjadi latar belakang penulis untuk menyusun Laporan Akhir ini. Penulis melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapang mendapat peran sebagai tim video channel strategis. Pada praktiknya, penulis mempelajari pemanfaatan media sosial untuk program tv dan memahami peran divisi video channel strategis dalam proses pendistribusian video media sosial SCTV serta menjelaskan beberapa hambatan yang dialami beserta solusinya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah yang dibahas dalam laporan akhir ini meliputi:

- 1) Bagaimana pemanfaatan media sosial untuk program televisi di channel tv SCTV?
- 2) Bagaimana peran video channel strategis dalam proses pendistribusian video media sosial SCTV?
- 3) Apa saja hambatan yang terjadi dalam proses pendistribusian konten media sosial SCTV?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, tujuan dalam penyusunan laporan akhir ini meliputi:

- 1) Menjelaskan pemanfaatan media sosial untuk program televisi di channel televisi SCTV.
- 2) Menjelaskan peran video channel strategis dalam proses pendistribusian video media sosial SCTV.
- 3) Menjelaskan hambatan yang terjadi dalam proses distribusi video media sosial.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk penulisan Laporan Tugas Akhir ini, diperoleh selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang di laksanakan di PT Visual Indomedia Produksi berlokasi di SCTV Tower It 11, 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 dan Instrumen

Data merupakan sumber bahan yang sangat penting digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang dibahas. Jenis data yang digunakan untuk Laporan Akhir ini ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Data Primer
Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan. Data ini berupa pengalaman secara langsung dan diskusi dengan pembimbing lapangan selama menjalani PKL sebagai divisi video channel strategis dalam distribusi media sosial SCTV
- 2) Data Sekunder
Data sekunder merupakan data diperoleh dari pihak lain atau tidak secara langsung. Data tersebut berasal dari buku, *website*, dan sumber lainnya yang terkait dengan pembahasan Laporan Akhir ini.

Instrumen atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi terdiri dari daftar pertanyaan, alat tulis, kamera, laptop, *smartphone*, *flashdisk*, serta alat dan media komunikasi lainnya.



Teknik Pengumpulan Data Sekolah Vokasi College of Vocational Studies

Pengumpulan data dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu:

- 1) Observasi
Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati secara langsung segala kegiatan yang dilakukan tim video chanel strategis VIP. Mulai dari tahap pra produksi, produksi hingga proses pendistribusian yang dilakukan oleh divisi media sosial.
- 2) Partisipasi
Terlibat langsung menjadi anggota tim video chanel strategis di SCTV dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi seperti mengemas program yang akan di tayangkan, proses pemotongan video, proses pembuatan thumbnail, hingga membuat judul dan naskah deskripsi video, dan mengunggah video ke media sosial SCTV.
- 3) Wawancara
Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan informasi sebagai bahan laporan. Teknik pengumpulan data ini melalui proses tanya jawab bersama pembimbing lapangan, yaitu divisi sosial media dan divisi distribusi video.
- 4) Studi Pustaka
Studi pustaka dilakukan penulis dengan mencari data yang dibutuhkan melalui internet, dan membaca buku teori yang ditulis oleh para ahli untuk mendapatkan data dan informasi secara lengkap yang berhubungan dengan topik laporan tugas akhir ini.