



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

Komunikasi merupakan suatu aktivitas pertukaran pesan yang paling banyak dilakukan di mana saja dan oleh siapa saja. Menurut Morissan (2014:1) komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas komunikasi, karena aktivitas ini merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Manusia menggunakan komunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan, saling bertukar pikiran, mengajukan sebuah ide, dan untuk bersosialisasi dengan orang lain. Manusia tidak dapat menghindari aktivitas komunikasi karena sesungguhnya manusia merupakan makhluk sosial.

Komunikasi Massa menurut Cangara (2016:41) dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Komunikasi massa merupakan penyebaran pesan oleh sekelompok orang dan ditunjukkan kepada masyarakat. Menurut Romli (2016:4) ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

Menurut Morissan (2014:479) istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu tetap digunakan hingga saat ini seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, dan internet. Salah satu media massa yang ada sejak dulu dan saat ini merupakan bagian dari masyarakat yang sudah biasa dijumpai di kehidupan sehari-hari adalah televisi. 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. Zaman sekarang, televisi selain berfungsi sebagai penyebaran informasi juga sebagai sarana hiburan. Perkembangan televisi dari media untuk penyebaran informasi menjadi sarana hiburan, juga membuat industri pertelevisian di Indonesia semakin berkembang.

Jumlah stasiun televisi yang semakin bertambah, membuat persaingan semakin ketat. Para *broadcasters* berusaha untuk menyiarkan program tayangan yang terbaik untuk menarik banyak *audience*. Menurut Wahid dan Pratomo (2017:53) Industri media tidak dapat dilepaskan dari *audience* sebagai pihak sasaran paparan konten media. Jumlah *audience* nantinya akan menarik para pengiklan, tetapi untuk memproduksi sebuah program siaran televisi membutuhkan biaya yang besar. Program siaran televisi yang diproduksi juga belum tentu sukses dan dapat menarik banyak *audience*.

Indonesia Entertainment Group (IEG) merupakan sebuah perusahaan produksi, penyedia dan distributor konten acara televisi dan film. Salah satu dari 4 kegiatan inti dari IEG adalah distribusi konten yang dilakukan dengan menjual lisensi program siaran televisi milik perusahaan ke berbagai *broadcasters* dari dalam maupun luar negeri. Beragam konten tersebut merupakan program yang disiarkan oleh SCTV, Indosiar, Ochannel, dan situs web Vidio yang mempunyai rating tinggi dan cukup populer di masyarakat. Program siaran televisi tersebut,

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.

dibeli hak ciptanya dan dikirim materi siap tayangnya untuk ditayangkan pada *platform* milik pembeli atau klien. Pembelian lisensi program siaran televisi merupakan opsi lain selain memproduksi, karena biaya yang dibutuhkan jauh lebih murah.

Salah satu yang menjadi kunci kesuksesan dalam pendistribusian konten ke dalam maupun ke luar negeri adalah divisi *Content Support*. Divisi ini berperan untuk mendukung agar kesepakatan antara perusahaan dengan klien dalam penjualan lisensi konten dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dilakukan dengan membuat dokumen pendukung seperti kontrak kesepakatan dan pembelian lisensi antara perusahaan dengan klien, penyediaan data judul program siaran televisi sesuai kebutuhan klien, penyediaan *screener* (video materi tayang), hingga pengiriman materi konten hingga sampai ke tangan klien sesuai dengan jadwal. Divisi ini juga berperan untuk menghindari penalti dari klien yang dapat merugikan perusahaan dan mempertahankan hubungan baik dengan para klien.

Divisi *Content Support* memegang peranan penting pada penjualan lisensi di Indonesia Entertainment Group. Perusahaan memerlukan divisi *Content Support* untuk membantu keberhasilan dari penjualan lisensi yang merupakan dari aktivitas dari pendistribusian konten. Laporan Akhir ini akan menjelaskan tentang peran Divisi *Content Support* dalam penjualan lisensi di Indonesia Entertainment Group.



Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah pada laporan akhir ini ialah :

- 1) Apa itu divisi *Content Support*?
- 2) Bagaimana peran divisi *Content Support* dalam penjualan lisensi di Indonesia Entertainment Group?
- 3) Apa hambatan dan solusi yang dihadapi oleh divisi *Content Support* dalam penjualan lisensi di Indonesia Entertainment Group?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian latar belakang, maka tujuan penulisan pada laporan akhir ini ialah :

- 1) Mendeskripsikan divisi *Content Support*.
- 2) Menjelaskan peran divisi *Content Support* dalam penjualan lisensi di Indonesia Entertainment Group.
- 3) Menjelaskan hambatan yang dialami divisi *Content Support* dalam penjualan lisensi di Indonesia Entertainment Group dan solusi dalam menghadapinya.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dilakukan di PT Indonesia Entertainment Group yang berlokasi di Jl. Asia Afrika No.6, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270. Proses pengumpulan data untuk laporan akhir ini dilaksanakan selama tiga bulan, terhitung