

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa memiliki peran yang penting seiring dengan adanya perkembangan zaman dan era digitalisasi ini. Dengan adanya media massa maka penyebaran informasi dapat dilakukan secara instan dan cepat, sehingga dapat diterima oleh khalayak yang luas. Media penyebaran informasi ini sebagian besar dilakukan melalui radio, surat kabar atau majalah, televisi, hingga media *online* (Sendari, 2019). Penyebaran informasi melalui media massa pun juga terbagi menjadi 3, yaitu media cetak, media elektronik, dan juga media *online*. Media cetak meliputi beberapa macam, seperti koran, majalah, tabloid, buku, brosur, dan lain-lain. Dalam media elektronik terdapat televisi, radio, dan film. Media *online* merupakan bentuk baru dalam penyebaran informasi karena adanya digitalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat. Kini, media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan lain-lainnya juga merupakan bagian dari media massa karena sifatnya yang digital dan dapat diakses oleh khalayak luas (Nur, 2021).

Televisi merupakan bagian dari media massa yang berperan penting dalam perkembangan penyebaran informasi, hingga penampilan sebuah hiburan. Hal ini dikarenakan bentuk penyampaian informasi yang bersifat gambar dan juga suara, sehingga memudahkan khalayak dalam memvisualisasikan hal-hal yang disiarkan (Purniati dkk., 2022). Pada tahun 2023, jumlah penonton televisi sendiri mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut Nielsen Indonesia (dalam Yuniyanto, 2023), jumlah penonton televisi di Indonesia pada tahun 2023 ini menyentuh angka 130 juta penonton. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan penonton televisi sebanyak 59 juta. Berdasarkan peningkatan data tersebut, terindikasi bahwa adanya keragaman variasi penonton, dan ketertarikan penonton di Indonesia.

Surya Citra Televisi atau yang lebih dikenal sebagai SCTV merupakan salah satu saluran televisi terbesar di Indonesia yang memberikan tayangan-tayangan edukatif dan terpercaya. SCTV mulai beroperasi pada tahun 1990, dan disiarkan melalui 39 stasiun transmisi yang menjangkau banyaknya khalayak luas. SCTV juga

merupakan bagian dari perusahaan PT Surya Citra Media Tbk, karena adanya pengambil alihan saham sebesar 99,99% pada tahun 2002 (SCM, 2023).

SCTV sendiri merupakan salah satu saluran televisi yang terbesar dan tekemuka yang ada di Indonesia. Dengan tayangan program yang variatif seperti *variety show*, hiburan, drama, berita dan olahraga, hingga acara pencarian bakat. Pada tahun 2023, SCTV memiliki *audience share* tertinggi pada penilaian semua stasiun televisi di Indonesia dengan nilai 14.6%. *Audience share* adalah hitungan penonton televisi berdasarkan persentase pemirsa terhadap suatu stasiun televisi, dibandingkan dengan jumlah keseluruhan pemirsa yang menonton semua stasiun televisi.

Audience Share
Based on ALL5+(SEC/REVAMP), All Time, All Cities, All TV Stations, FTA
ALL TIME

TV	YTD 30 Sep 2022	YTD 30 Sep 2023	Change	% Change
SCTV	14.2	14.6	0.4	2.8%
MNCTV	9.0	12.6	3.6	40.0%
IVM	15.5	12.5	-3.0	-19.4%
RCTI	17.6	10.7	-6.9	-39.2%
MENTARI		7.6	7.6	100.0%
TRANS7	6.6	7.5	0.9	13.6%
GTV	6.7	6.3	-0.4	-6.0%
TRANS	5.4	5.4	0.0	0.0%
ANTV	8.1	5.0	-3.1	-38.3%
RTV	4.1	3.3	-0.8	-19.5%
INEWS	2.1	3.0	0.9	42.9%
MOJI	0.8	2.1	1.3	162.5%
TVONE	2.7	1.6	-1.1	-40.7%
KOMPASTV	1.3	1.6	0.3	23.1%
NET	2.7	1.5	-1.2	-44.4%
METRO	1.2	1.0	-0.2	-16.7%
CNN INDONESIA		0.7	0.7	100.0%
TVRI1	1.0	0.4	-0.6	-60.0%
VTV		0.2	0.2	100.0%
OTHERS TV	1.1	2.3	1.2	109.1%
SCMA	29.7	34.7	5.0	16.8%
MNC	35.4	32.6	-2.8	-7.9%
TRANS CORP	12.0	13.6	1.6	13.3%
VIVA	10.8	6.8	-4.0	-37.0%

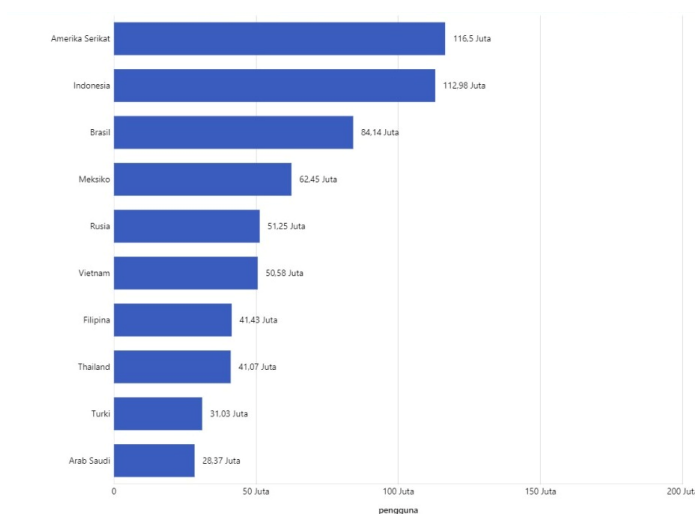
*Owned by Emtek

GAMBAR 1. 1 : Data Audience Share Televisi Indonesia 2023

Sumber: Investor's Release 9M SCM, 2023

Dengan adanya perkembangan zaman dan maraknya digitalisasi, kini media sosial merupakan bagian yang esensial dalam kehidupan kita. Hal ini dikarenakan media sosial sudah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari bagi khalayak luas, seperti mudahnya mendapatkan beragam informasi, berinteraksi dan bersosialisasi, hingga mencari hiburan. Media sosial kini juga sering dijadikan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri karena sifatnya yang berupa interaktif, serta mudah diakses dimana saja dan kapan saja (Sobriana, 2023). Salah satu platform media sosial yang viral dan *trending* adalah TikTok.

TikTok adalah aplikasi media sosial asal China, yang dibuat oleh ByteDance dan diluncurkan pada tahun 2016. TikTok merupakan platform dimana para penggunanya dapat mengekspresikan diri dan membuat konten-konten menarik, serta membangun sebuah komunitas. TikTok juga sering digunakan sebagai media promosi karena sering membuat trend dan viral. Maka dari itu para penggunanya mulai menggunakan platform tersebut untuk mempromosikan banyak hal, mulai dari musik, fashion, hingga jualan makanan (Vedhitya, 2023). Pada bulan April tahun 2023, Indonesia menempati posisi kedua sebagai pengguna TikTok terbanyak menurut data We Are Social (dalam Annur, 2023). Dengan jumlah pengguna sebanyak 112.98 juta, dibelakang Amerika Serikat sebanyak 116.5 juta pengguna. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa banyak peminat aplikasi TikTok di Indonesia, dan memiliki peluang pasar yang besar untuk dioptimalkan.



GAMBAR 1. 2 : 10 Negara Dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia 2023

Sumber: databoks, 2023

Dengan adanya kedua fenomena tersebut, TikTok berkolaborasi dengan SCTV untuk membuat acara pencarian bakat bernama Gimme The Mic. Gimme The Mic merupakan acara kompetisi pencarian bakat dan penampilan karya musik para kontestan kepada khalayak luas, dengan kesempatan untuk memperluas karier di industri musik. Acara tersebut disiarkan secara langsung melalui platform TikTok Live (@tiktokliveid), SCTV, akun personal dari masing-masing kontestan/talent dan juga Vidio. Para kontestan dapat mendaftarkan dirinya melalui tautan

<https://bit.ly/gimmethemicindonesia>, dan seluruh proses tahap audisi akan dilakukan dalam siaran langsung akun TikTok Live. Setelah melalui tahap audisi, akan terdapat 12 kontestan finalis, hingga grand finalis yang akan berkesempatan bernyanyi secara langsung di panggung besar. Gimme The Mic juga memiliki 3 juri utama yaitu Tantri Kotak, Budi Doremi, Rizky Febian, dan juga beberapa juri bintang tamu seperti Afgan, Maia Estianty, Ardhito Pramono, serta Raisa. Para pemenang dari Gimme The Mic akan mendapatkan berbagai hadiah menarik seperti piala dan plakat, uang tunai, kesempatan untuk membuat lagu, serta mewakili Indonesia dalam kompetisi global Gimme The Mic.

Pelaksanaan Gimme The Mic juga merupakan ajang kompetisi bernyanyi yang memiliki skala besar. Dengan adanya kompetisi ini untuk memberikan peluang kepada para kreator musik pada platform TikTok untuk memulai karirnya sebagai musisi profesional. Penggelaran program Gimme The Mic ini juga dijadikan sebagai wadah untuk menampilkan bakat serta kemampuan dari masing-masing kontestan/talent. Program ini juga memiliki minat pemirsa yang tinggi, sehingga SCTV memberikan waktu *prime time* dalam penyiaran final show hingga grand final (Fauzy, 2023). Gimme The Mic 2023 ini juga mendapatkan antusiasme yang tinggi dari para kontestan/talent. Melalui program ini, terdapat 28.000 kontestan/talent yang mendaftarkan dirinya untuk menunjukkan bakatnya dalam rangka meramaikan industri musik di Indonesia (Purnama, 2024).



GAMBAR 1.3 : Press Conference Gimme The Mic 2023

Sumber: kapanlagi.com, 2023

Melalui Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) *Batch 5* ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengikuti proses manajemen acara Gimme The Mic yang diadakan oleh SCTV dan TikTok Live. Program magang berjalan mulai pada tanggal 14 Agustus 2023, hingga 31 Desember 2023. Penulis ditempatkan sebagai divisi *creative* – VIP (PT Visual Indomedia Produksi), yang merupakan bagian dari PT Surya Citra Media (SCM). Penulis mengikuti proses tahap manajemen acara Top 12, Top 8, hingga tahap Grand Final yang berlangsung pada tanggal 3 September 2023, 10 September 2023, dan 17 September 2023. Penulis berkontribusi dalam segala tahap proses yang dibutuhkan sebagai divisi *creative*, mulai tahap pra produksi, berlangsungnya produksi, hingga pasca produksi. Dengan adanya kesempatan ini, penulis dapat memahami lebih dalam bagaimana tahap manajemen acara yang dilakukan Gimme The Mic, khususnya sebagai divisi *creative*.

Dengan adanya penerapan manajemen acara *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* (POAC) ini, pelaksanaan program Gimme The Mic 2023 ini dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, dengan adanya penerapan selama pengerjaan divisi *creative* ini perencanaan program yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, serta sesuai dengan konsep awal yang dibuat. Melalui manajemen acara yang terstruktur ini, pelaksanaan program memiliki gambaran yang lebih matang dan juga terstruktur. Maka dari itu perancangan karya akhir ini mendapatkan hasil yang memuaskan serta sukses dalam pelaksanaannya.

Penulisan karya terdahulu dengan pembahasan yang sama juga diteliti oleh Muhammad Zahri Suryanata dan RR. Ella Evrita dengan judul “Manajemen Acara Siaran Langsung Televisi”. Penulisan tersebut membahas mengenai bagaimana manajemen atau proses produksi siaran langsung acara siaran televisi dilakukan. Melalui penulisan tersebut dapat disimpulkan bahwa apa saja yang dilakukan dalam tahap pra-produksi, produksi, pasca produksi, dan juga dampak yang bisa disampaikan televisi sebagai media massa (Suryanta & Evrita, 2019).

Penulisan tersebut menggambarkan bagaimana manajemen acara siaran langsung televisi, namun kurang menjelaskan bagaimana tahap pengerjaannya sebagai divisi *creative*. Maka dari itu penulis ingin menulis laporan akhir berdasarkan pengalaman Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) *Batch 5*, selama

berlangsungnya program Gimme The Mic berjalan, dengan judul besar “Manajemen Acara Program Gimme The Mic SCTV X TikTokLiveID Sebagai Divisi Creative”.

1.2 Identifikasi/Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disusun, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen acara yang dilakukan selama program Gimme The Mic berlangsung sebagai divisi *creative*?

1.3 Fokus Perancangan

Berdasarkan identifikasi/rumusan masalah diatas, maka penulis akan memfokuskan perancangan karya akhir ini pada proses manajemen acara Gimme The Mic sebagai divisi *creative*.

1.4 Tujuan Karya

Perancangan karya akhir ini memiliki tujuan untuk memperluas dan mengetahui lebih dalam apa saja yang dilakukan selama manajemen acara Gimme The Mic sebagai divisi *creative*.

1.5 Manfaat Karya

Adapun manfaat-manfaat yang didapatkan melalui penulisan karya akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang penulis harap didapatkan adalah pengembangan *creative thinking* bagi penulis berikutnya ataupun para pembaca. Memperluas referensi pembaca dan penulis selanjutnya dalam manajemen acara, khususnya pada bidang *creative*. Dengan adanya penulisan karya akhir ini, penulis juga berharap dapat membantu pemahaman lebih luas terhadap marketing komunikasi bagi peneliti selanjutnya ataupun pembaca. Melalui penulisan ini, penulis juga berharap dapat

memperluas dan memberikan referensi bagaimana proses manajemen acara dapat dilakukan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang penulis harap didapatkan adalah memperluas pengetahuan para pembaca ataupun penulis selanjutnya terhadap persiapan sebuah acara pencarian bakat. Dengan adanya penulisan karya akhir ini penulis berharap para pembaca ataupun penulis selanjutnya dapat mengetahui lebih dalam peran divisi *creative* pada saat pra-produksi, berlangsungnya tahap produksi, hingga pasca produksi. Adapun manfaat praktis ini bagi industri media sebagai referensi tentang bagaimana berlangsungnya manajemen acara terhadap pencarian bakat.

1.6 Jadwal Kegiatan

1.6.1 Waktu dan Lokasi

Proses waktu persiapan acara Gimme The Mic berlangsung mulai pada tanggal 18 Agustus 2023, hingga 17 September 2023. Pelaksanaan tahapan pra-produksi dilakukan di kantor SCTV Tower – Senayan City Jl. Asia Afrika Lot. 19, Jakarta 10270. Selama tahap produksi berlangsung, dilaksanakan di Studio 6 Emtex City yang berada Jl. Daan Mogot II No.21, RT.5/RW.5, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11510.

1.6.2 Jadwal Kegiatan

Jadwal perancangan karya akhir ini telah dilakukan dengan rencana awal yang telah ditetapkan, mulai dari tahap pra-produksi, hingga produksi berlangsung. Berikut tabel rencana tersebut:

No	Kegiatan	2023					2024						
		Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Tahap Pra Produksi Top 12												
2	Produksi Berlangsung												
3	Tahap Pasca Produksi												
4	Tahap Pra Produksi Top 8												
5	Produksi Berlangsung												
6	Tahap Pasca Produksi												

7	Tahap Pra Produksi Grand Final												
8	Produksi Berlangsung												
9	Tahap Pasca Produksi												
10	Penyusunan Tugas Akhir Bab 1												
11	Penyusunan Tugas Akhir Bab 2 dan Bab 3												
12	Penyusunan Tugas Akhir Bab 4												
13	Penyusunan Tugas Akhir Bab 5												

TABEL 1. 1 : Jadwal Kegiatan Perancangan Karya

Sumber: Olahan Data Penulis, 2024

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dari rancangan karya yang telah dibuat, identifikasi/rumusan masalah, fokus perancangan, tujuan karya, manfaat karya, jadwal kegiatan, dan juga sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN KONSEPTUAL

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penulisan rancangan karya akhir ini. Teori yang digunakan adalah komunikasi massa, media massa, manajemen *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* (POAC), produksi acara, divisi *creative*, media sosial, dan TikTok.

BAB III METODE DAN KONSEP

Dalam bab ini membahas mengenai penggunaan metode dan konsep yang digunakan dalam perancangan karya. Mulai dari gambaran subjek dan objek karya, metode observasi dan dokumentasi, analisis permasalahan, konsep komunikasi, konsep kreatif, hingga skema perencanaan.

BAB IV HASIL KARYA

Dalam bab ini penulis membahas terhadap proses perancangan karya, mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Terdapat juga pembahasan dari hasil karya yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari hasil rancangan karya yang berisi mengenai kesimpulan, dan juga saran akademis serta saran praktis.