

Strategi efisiensi produksi tayangan hiburan (kasus tayangan "on the spot" di trans 7)

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20436547&lokasi=lokal>

Abstrak

Digitalisasi merambah di hampir semua aspek termasuk media komunikasi. Berkat standarisasi bentuk digital ini, berbagai jenis informasi dari berbagai sumber media yang berbeda dapat dikombinasikan atau diintegrasikan ke dalam satu media yang sarna atau konvergensi. Konvergensi teknologi media ini juga berimbas pada elemen-elemen komunikasi lainnya, seperti khalayak, pengirim pesan, umpan balik, gangguan, dsb. Pekerja media hams mampu beradaptasi dalam konvergensi ini. Bagi televisi, rating dan share menjadi indikator utama kesuksesan suatu program acara yang menimbulkan problema dilematis bagi pekerja media. Tulisan ini akan memaparkan bagaimana strategi efisiensi yang terjadi di industri media yang terlihat pada acara on the spot di Trans 7 yang megambil video youtube. Media melakukan pelanggaran hak cipta. Pihak stasiun televisi sebagai pembuat program (in-house production) menganggap penyertaan tulisan Courtesy of You Tube padahal, YouTube sendiri sebagai media jaringan sosial hanya menerima unggahan video-video dari berbagai pihak di seluruh dunia. Sedangkan hak cipta video-video tersebut tetap melekat pada penggugah atau pemilik aslinya, bukan pada YouTube, apalagi stasiun televisi tersebut. Kesimpulan tulisan ini adalah Trans7 sebagai pembuat acara OTS menerapkan strategi spasialisasi (ekspansi, efisiensi, dan konvergen) dalam information-gathering dan storytelling program acara OTS. Untuk mendapatkan jangkauan penonton secara luas (rating dan share), Trans7 mengombinasikan media sosial YouTube dengan media televisi (konvergensi media) dengan menerapkan prinsip efisiensi sebesar-besarnya dengan meminimalkan biaya dan waktu produksi. Kreativitas pekerja media Trans7 sengaja dibuat tumpul dan dieksploitasi sebagai alat pengeruk keuntungan pemiliknya.