

Peran Production Assistant Dalam Manajemen Program Musik K-Hits Pada Era Digital Di MNC Channels

Ratih Eka Noviyana¹, Leonard Dharmawan²

^{1,2} IPB University, Indonesia

E-mail: r.ekanoviyana@apps.ipb.ac.id¹, leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 15 Juni 2026

Revised: 01 Agustus 2026

Accepted: 10 Agustus 2026

Keywords:

Production Assistant; production management; television music program; digital era; MNC Channels.

Abstract: Program musik televisi berbasis konten K-Pop menghadapi tantangan transformasi produksi di era digital yang menuntut adaptasi sistem manajemen dan peran sumber daya manusia. Penelitian ini mengkaji peran Production Assistant (PA) dalam manajemen program musik K-HITS di MNC Channels yaitu salah satu jaringan televisi berlangganan terkemuka di Indonesia dalam konteks adaptasi era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif selama pelaksanaan magang (Januari–Mei 2026), wawancara semi-terstruktur dengan pembimbing lapangan, serta studi dokumentasi rundown dan sistem produksi internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem manajemen produksi K-HITS telah mengintegrasikan teknologi digital di seluruh tahapan produksi/pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi dengan memanfaatkan cloud-based content management, koordinasi daring, dan distribusi multiplatform. Dalam sistem tersebut, PA menjalankan enam fungsi kritis: (1) manajemen rundown dan jadwal siaran, (2) koordinasi teknis antar divisi, (3) administrasi aset digital, (4) pemantauan kualitas konten, (5) komunikasi lintas departemen, dan (6) adaptasi konten untuk distribusi digital. Novelty penelitian ini terletak pada identifikasi perluasan fungsi PA dari peran administratif tradisional menuju peran manajerial digital dalam konteks program musik K-Pop di televisi berlangganan Indonesia, suatu dimensi yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur komunikasi domestik. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi pengembangan kompetensi tenaga produksi televisi di era konvergensi media.

PENDAHULUAN

Industri televisi Indonesia berada di tengah pusaran transformasi digital yang tidak dapat diabaikan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa penetrasi internet nasional telah mencapai 79,5 persen pada tahun 2024, sementara waktu konsumsi media digital masyarakat

Indonesia meningkat signifikan dibandingkan dekade sebelumnya (Kominfo, 2024). Kondisi ini memaksa stasiun televisi Indonesia termasuk jaringan televisi berlangganan untuk melakukan restrukturisasi fundamental, tidak hanya pada strategi konten, tetapi juga pada sistem manajemen produksi.

Program musik televisi, khususnya yang berbasis konten Korean Wave (Hallyu), menempati posisi unik dalam lanskap media Indonesia. Di satu sisi, konten K-Pop memiliki basis penggemar yang masif dan loyal dan Indonesia merupakan salah satu negara dengan komunitas K-Pop terbesar di dunia (We Are Social, 2024). Di sisi lain, ekspektasi audiens terhadap kualitas, kecepatan pembaruan konten, dan aksesibilitas multiplatform terus meningkat. Program K-HITS yang ditayangkan oleh MNC Channels merupakan salah satu respons industri terhadap dinamika tersebut, mengemas informasi dan hiburan K-Pop dalam format program televisi berlangganan yang berupaya relevan di era digital.

Dalam ekosistem produksi program seperti K-HITS, peran Production Assistant (PA) menjadi lebih kritis dan kompleks dibandingkan era pra-digital. Jika sebelumnya PA identik dengan tugas-tugas administratif dan logistik yang bersifat linear, transformasi digital mendorong ekspansi fungsinya ke ranah koordinasi konten digital, manajemen aset berbasis cloud, serta integrasi distribusi multiplatform. Pergeseran ini merefleksikan fenomena yang lebih luas dalam industri media: konvergensi teknologi tidak hanya mengubah output produksi, tetapi juga mengkonfigurasi struktur kerja dan kompetensi yang dibutuhkan pada setiap level organisasi (Flew, 2021; Doyle, 2013).

Meskipun demikian, literatur ilmiah yang secara spesifik mengkaji peran PA dalam konteks program musik K-Pop di televisi berlangganan Indonesia masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada manajemen produksi secara umum (Setiadi, Afifi, & Suparno, 2021), strategi konten digital (Briandana & Irfan, 2019), atau fenomena Korean Wave dari perspektif distribusi digital (Jung & Shim, 2014), tanpa menelusuri secara mendalam bagaimana praktik kerja PA beradaptasi dengan tuntutan era digital dalam konteks program musik spesifik. Research gap inilah yang menjadi justifikasi akademis penelitian ini.

Urgensi penelitian semakin nyata jika mempertimbangkan bahwa MNC Channels ini sebagai bagian dari MNC Group, konglomerat media terbesar di Indonesia yang merupakan faktor strategis dalam industri televisi berlangganan nasional. Praktik manajemen produksi yang diterapkan di lingkungan ini dapat menjadi acuan dan tolok ukur bagi industri yang lebih luas. Pemahaman mendalam tentang peran PA dalam sistem ini tidak hanya memiliki relevansi akademis, tetapi juga implikasi praktis bagi pengembangan kurikulum komunikasi, pelatihan tenaga produksi, dan kebijakan SDM industri media.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan sistem manajemen produksi program musik K-HITS di MNC Channels pada era digital.
2. Menganalisis peran serta kontribusi Production Assistant dalam sistem manajemen produksi tersebut.

LANDASAN TEORI

2.1 Transformasi Digital dan Industri Televisi

Transformasi digital dalam industri televisi bukan sekadar adopsi teknologi baru, melainkan rekonfigurasi menyeluruh atas cara konten diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Flew (2021) dalam *Regulating Platforms* menegaskan bahwa konvergensi media di era digital menciptakan ekosistem komunikasi baru di mana batas antara penyiaran konvensional dan platform daring semakin kabur. Dalam ekosistem ini, organisasi media dituntut untuk

mengintegrasikan kompetensi produksi konvensional dengan kapabilitas digital secara sinergis.

Di Indonesia, transformasi ini berlangsung dengan intensitas tinggi. Setiadi, Afifi, dan Suparno (2021) mendokumentasikan bagaimana televisi swasta Indonesia melakukan adaptasi manajemen penyiaran multiplatform merespons era disrupsi digital. Penelitian berbasis studi kasus di Indonesia tersebut mengidentifikasi lima aspek kritis dalam rantai produksi siaran yaitu penciptaan konten, pengemasan, penjadwalan, platform distribusi, dan antarmuka pengguna yang semuanya mengalami rekonfigurasi akibat digitalisasi.

Lebih jauh, Briandana dan Irfan (2019) menekankan bahwa keberlanjutan televisi di era digital bergantung pada kemampuan mengkonfigurasi ulang strategi produksi yang tidak hanya efisien secara operasional, tetapi juga adaptif terhadap perubahan perilaku audiens. Penelitian mereka di stasiun televisi Indonesia menemukan bahwa tim produksi yang berhasil mempertahankan inovasi program melalui penambahan host, penggunaan gimmick, dan kuis interaktif. Hal ini dapat mempertahankan daya saing di tengah kompetisi media digital.

2.2 Manajemen Produksi Program Televisi di Era Digital

Manajemen produksi program televisi secara konvensional dipahami sebagai proses sistematis yang mencakup tiga tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Namun, dalam konteks digital, kerangka ini mengalami perluasan signifikan. Doyle (2013) menjelaskan bahwa organisasi media modern harus mengintegrasikan dimensi distribusi digital ke dalam setiap tahapan produksi, sehingga tidak ada lagi pemisahan tegas antara proses pembuatan konten dan proses penyebarannya.

Setiadi dkk. (2021) menemukan bahwa adaptasi manajemen penyiaran multiplatform mensyaratkan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh rantai nilai produksi. Koordinasi tim antar divisi kreatif, teknis, dan distribusi terbukti menjadi faktor determinan keberhasilan program dalam era digital. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi kolaborasi berbasis digital mampu meningkatkan efisiensi koordinasi secara signifikan dibandingkan sistem konvensional.

Dalam kerangka ekonomi media, Doyle (2013) menambahkan bahwa kelincahan organisasional menjadi kompetensi kunci di era konvergensi. Tim produksi dituntut untuk mampu merespons perubahan baik perubahan jadwal, format konten, maupun prioritas distribusi dengan secara cepat dan terkoordinasi. Kapasitas ini sangat bergantung pada kejelasan peran setiap anggota tim, termasuk PA sebagai penghubung antar divisi.

2.3 Program Musik Televisi dan Fenomena Korean Wave di Indonesia

Program musik televisi merupakan format hiburan yang memiliki rekam jejak panjang dan terus berevolusi mengikuti dinamika industri dan budaya populer. Fenomena Korean Wave (Hallyu) telah memberikan dampak signifikan terhadap lanskap program musik televisi secara global. Jin, Yoon, dan Min (2021) dalam *Transnational Hallyu* menjelaskan bahwa penyebaran budaya K-Pop didukung oleh strategi distribusi digital yang terintegrasi dan partisipasi aktif komunitas penggemar, menciptakan efek multiplier yang melampaui jangkauan siaran konvensional.

Di Indonesia secara khusus, Jung dan Shim (2014) mendokumentasikan bagaimana praktik fandom K-Pop bersifat unik sebagai bentuk distribusi sosial (*social distribution*) yang menggabungkan aspek grassroots dari bawah dan kontrol korporat dari atas. Penelitian mereka membuktikan bahwa Indonesia merupakan pasar K-Pop yang aktif dan partisipatif, dengan komunitas penggemar yang secara organik mendistribusikan konten melalui jejaring media sosial.

Temuan Jung dan Shim (2014) memperkuat argumen bahwa program musik modern tidak dapat dipisahkan dari ekosistem digital yang melingkupinya. Program yang mengadopsi strategi multiplatform mengintegrasikan siaran televisi dengan konten media sosial memperoleh

keterlibatan audiens yang lebih tinggi. Hal ini secara langsung mempengaruhi cara MNC Channels mengelola konten K-HITS agar tetap relevan bagi audiensnya di berbagai platform.

2.4 Peran Production Assistant dalam Sistem Produksi Digital

Production Assistant (PA) secara tradisional diposisikan sebagai entry-level role dalam hierarki produksi televisi, dengan fungsi utama meliputi tugas administratif, logistik, dan koordinasi dasar. Namun, era digital mendorong pergeseran signifikan dalam definisi dan ekspektasi terhadap peran ini. Briandana dan Irfan (2019) mencatat bahwa dalam sistem manajemen penyiaran modern, tim produksi termasuk PA yang dituntut memiliki tanggung jawab yang lebih luas dan terintegrasi dengan teknologi.

Setiadi dkk. (2021) memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa dalam rantai nilai produksi multiplatform, setiap anggota tim produksi harus mampu beroperasi lintas batas fungsional tradisional. PA yang memiliki kompetensi digital termasuk kemampuan menggunakan content management system dan berkoordinasi melalui platform digital yang memberikan kontribusi lebih besar terhadap efisiensi produksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital secara langsung mengubah nilai dari peran PA.

Dalam konteks program musik K-Pop, akurasi informasi dan ketepatan waktu pembaruan konten merupakan tuntutan dasar yang kesalahannya dapat memicu respons negatif dari komunitas penggemar yang sangat aktif di media sosial (Jung & Shim, 2014). Hal ini membuat PA tidak hanya berfungsi sebagai administrator, tetapi juga sebagai penjaga kualitas konten (*content gatekeeper*) yang mengintegrasikan dimensi teknis dan editorial sekaligus.

2.5 Posisi dan Kebaruan Penelitian

Kajian yang ada, baik tentang manajemen produksi televisi Indonesia (Setiadi dkk., 2021; Briandana & Irfan, 2019) maupun fenomena Korean Wave (Jin dkk., 2021; Jung & Shim, 2014). Umumnya belum mengeksplorasi irisan antara keduanya dalam konteks spesifik peran PA di televisi berlangganan Indonesia. Penelitian ini hadir untuk mengisi gap tersebut dengan mengintegrasikan teori manajemen media digital (Flew, 2021; Doyle, 2013) dengan analisis empiris terhadap praktik kerja PA dalam produksi program musik K-Pop. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang bersifat makro, penelitian ini mengedepankan kedalaman analisis kualitatif berbasis pengamatan langsung.

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (*case study*). Pilihan pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam fenomena yang bersifat kontekstual dan multidimensi yakni peran PA dalam sistem produksi yang spesifik pada satu organisasi media. Yin (2018) menegaskan bahwa studi kasus paling tepat digunakan ketika penelitian bertujuan menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" dalam konteks situasi aktual yang tidak dapat dipisahkan dari konteksnya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Gedung MNC Pictures, Kompleks MNC Studios, Jl. Raya Perjuangan No. 1, Kebon Jeruk, Jakarta Barat Kantor operasional PT MNC Digital (MNC Channels), tempat produksi program musik K-HITS. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi strategis: MNC Channels merupakan jaringan televisi berlangganan yang secara aktif mengelola program K-Pop. Pengumpulan data berlangsung selama pelaksanaan magang dari Januari hingga Mei 2026, dengan jam operasional 11.00 hingga 19.00 WIB, di bawah bimbingan Bapak Hirmansyah selaku mentor lapangan.

3.3 Sumber Data

.....

● **Data primer :**

Observasi partisipatif langsung di lapangan produksi K-HITS. Wawancara semi-terstruktur dengan Bapak Hirmansyah selaku pembimbing lapangan. Pengamatan interaksi tim dalam aktivitas harian produksi.

● **Data sekunder :**

Bersumber dari dokumen internal perusahaan meliputi rundown program, jadwal tayang, log produksi, serta literatur akademis yang relevan. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan validitas temuan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Observasi partisipatif dilakukan dengan keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas produksi harian, memungkinkan pencatatan fenomena secara naturalistik. Selama periode observasi, peneliti mendokumentasikan alur kerja, interaksi tim, penggunaan teknologi, dan tantangan operasional yang dihadapi.

Wawancara semi-terstruktur dilaksanakan sebanyak empat sesi dengan total durasi sekitar 240 menit. Panduan wawancara mencakup topik:

- (a) deskripsi sistem manajemen produksi K-HITS,
- (b) peran dan tanggung jawab PA,
- (c) penggunaan teknologi digital dalam produksi, dan
- (d) tantangan adaptasi era digital.

Studi dokumentasi meliputi analisis rundown program, jadwal produksi, dan dokumen operasional yang diperoleh dari divisi produksi, digunakan untuk memverifikasi dan melengkapi data dari observasi dan wawancara.

3.5 Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang mencakup tiga tahap simultan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Koding tematik dilakukan untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berulang, khususnya terkait fungsi PA dan mekanisme integrasi digital dalam sistem produksi. Keabsahan penelitian dijamin melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode, serta member checking dengan pembimbing lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sistem Manajemen Produksi Program KHITS di Era Digital

Program KHITS merupakan program musik berlangganan yang ditayangkan oleh MNC Channels, mengkhususkan diri pada konten K-Pop yang mencakup video musik, tangga lagu, berita industri musik Korea, dan program interaktif. Program ini ditujukan untuk segmen penonton berusia 15–35 tahun. Berdasarkan observasi langsung, sistem produksi KHITS diorganisasikan melalui struktur tim yang terdiri dari Program Director, Producer, Creative Team, Technical Team, dan Production Assistant.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sistem manajemen produksi K-HITS telah mengintegrasikan teknologi digital secara komprehensif di seluruh tahapan produksi. Pada fase pra-produksi, tim menggunakan platform manajemen berbasis digital untuk menyusun rundown dan mendistribusikan tugas. Fase produksi didukung oleh sistem kontrol teknis digital yang memungkinkan pemantauan kualitas siaran secara real-time. Pada fase pasca produksi, konten diarsipkan dalam sistem manajemen aset digital terpusat. Pola ini selaras dengan temuan Setiadi dkk. (2021) tentang adaptasi rantai nilai produksi siaran multiplatform di televisi swasta Indonesia.

.....

Tabel 1. Integrasi Teknologi Digital dalam Tahapan Produksi Program KHITS

Tahapan Produksi	Teknologi yang Digunakan	Fungsi Utama
Pra-Produksi	Platform scheduling digital, cloud-based project tools, Google Workspace	Penyusunan rundown, alokasi konten, distribusi tugas
Produksi	Digital broadcast control, real-time monitoring, intercom digital	Pemantauan siaran live, kontrol kualitas teknis, koordinasi floor
Pascaproduksi	Digital Asset Management (DAM), cloud storage, sistem pengarsipan elektronik	Pengarsipan konten, manajemen metadata, distribusi konten digital

Sumber: Data primer hasil observasi lapangan (2026)

Tabel 1 menggambarkan bagaimana teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi infrastruktur fundamental yang menopang seluruh sistem produksi. Hal ini sejalan dengan argumen Doyle (2013) bahwa organisasi media modern tidak dapat memisahkan fungsi produksi dari infrastruktur digital yang mendukungnya, dan sejalan dengan temuan Setiadi dkk. (2021) tentang adaptasi penyiaran multiplatform Indonesia.

4.2 Peran Production Assistant dalam Manajemen Produksi KHITS

Hasil penelitian mengidentifikasi enam fungsi kritis yang dijalankan PA dalam sistem produksi K-HITS. Keenam fungsi ini merepresentasikan ekspansi signifikan dari peran PA tradisional, mencerminkan tuntutan era digital yang mendorong setiap anggota tim untuk memiliki kompetensi yang lebih luas dan lintas batas fungsional.

4.2.1 Manajemen Rundown dan Jadwal Siaran

Fungsi pertama PA di K-HITS adalah manajemen rundown program. Dalam konteks digital, rundown bukan lagi dokumen statis yang hanya diperbarui sebelum siaran, melainkan instrumen dinamis yang dapat dimodifikasi secara real-time sesuai perkembangan situasi. PA bertanggung jawab memastikan bahwa rundown selalu akurat, terbaru, dan dapat diakses oleh seluruh anggota tim melalui platform digital bersama. Kemampuan ini membutuhkan tidak hanya kecepatan dan ketelitian, tetapi juga pemahaman mendalam tentang logika editorial program.

4.2.2 Koordinasi Teknis Antar Divisi

Fungsi kedua adalah koordinasi teknis yang menjembatani kebutuhan divisi kreatif dengan kapabilitas teknis. PA berperan sebagai penghubung (liaison) yang memastikan keputusan kreatif dapat diimplementasikan secara teknis tanpa hambatan. Dalam produksi K-HITS, hal ini mencakup koordinasi antara tim editor video, operator sistem siaran, dan tim kreatif. Setiadi dkk. (2021) menyebut fungsi ini sebagai aspek kritis dalam rantai nilai penyiaran multiplatform, di mana koordinasi lintas divisi menentukan kualitas output akhir.

4.2.3 Koordinasi Teknis Antar Divisi

Fungsi ketiga yang merupakan aspek paling distingtif PA di era digital adalah administrasi aset digital. PA di K-HITS bertanggung jawab mengelola perpustakaan konten digital yang meliputi file video, audio, dan grafis. Tugas ini mencakup pemberian metadata, pengkategorian konten,

pemeliharaan database, dan penjaminan aksesibilitas aset oleh seluruh tim. Dimensi ini sepenuhnya absen dari deskripsi peran PA dalam literatur pra-digital, menandai salah satu titik perubahan paling fundamental yang dipicu oleh transformasi digital.

4.2.4 Pemantauan Kualitas Konten

Fungsi keempat adalah pemantauan kualitas konten yang mencakup dimensi teknis dan editorial sekaligus. PA melakukan pengecekan kualitas konten sebelum penayangan, memastikan bahwa video tidak memiliki artefak teknis, teks tidak mengandung kesalahan, dan metadata sudah akurat. Dalam konteks K-Pop, akurasi informasi merupakan tuntutan dasar yang kesalahannya dapat memicu respons negatif dari komunitas penggemar yang sangat aktif di media sosial (Jung & Shim, 2014). PA tidak hanya melakukan quality check teknis, tetapi juga verifikasi informasi faktual menggunakan database internal dan sumber daring.

4.2.5 Komunikasi Lintas Departemen

Fungsi kelima adalah fasilitasi komunikasi lintas departemen. PA berfungsi sebagai central hub informasi yang memastikan keputusan dari level manajemen tersampaikan dengan tepat kepada tim operasional, dan sebaliknya. Dalam struktur organisasi K-HITS yang memiliki setidaknya enam departemen berbeda, peran komunikasi ini memiliki nilai strategis tinggi. PA menggunakan kombinasi alat komunikasi digital untuk mengelola arus informasi yang intensif, kemampuan mengelola komunikasi multi-channel ini merupakan kompetensi baru yang tidak ditemukan dalam deskripsi peran PA konvensional.

4.2.6 Koordinasi Teknis Antar Divisi

Fungsi keenam yang paling inovatif adalah adaptasi konten untuk distribusi digital. Di era multiplatform, konten yang ditayangkan di televisi tidak serta-merta dapat langsung didistribusikan di platform digital tanpa penyesuaian. PA di K-HITS terlibat dalam proses persiapan konten untuk distribusi di media sosial dan platform digital MNC Group, termasuk penyesuaian format dan optimasi metadata. Fungsi ini secara eksplisit menempatkan PA sebagai aktor dalam ekosistem distribusi multiplatform (Setiadi dkk., 2021), bukan sekadar pendukung produksi siaran linear.

Tabel 2. Matriks Perbandingan Peran PA Konvensional dan PA Digital di KHITS

Dimensi Peran	PA Konvensional	PA Digital (KHITS)
Manajemen Dokumen	Rundown fisik, pencatatan manual	Rundown digital real-time, cloud-based
Koordinasi Tim	Tatap muka, komunikasi langsung	Multi-channel digital, platform kolaborasi
Manajemen Aset	Pita fisik, kabinet arsip konvensional	DAM, metadata digital, cloud storage
Kontrol Kualitas	Pengecekan teknis dasar	Quality check teknis + verifikasi konten faktual
Distribusi Konten	Tidak terlibat dalam distribusi	Adaptasi multiplatform, optimasi metadata
Kompetensi Utama	Komunikasi interpersonal,	Literasi digital, manajemen

logistik

data, koordinasi lintas platform

Sumber: Sintesis data primer dan literatur (2026)

4.3 Kontribusi PA, Novelty, dan Implikasi Penelitian

Analisis data menunjukkan bahwa kontribusi PA terhadap efektivitas produksi KHITS bersifat multilapis. Pada lapisan operasional, PA berkontribusi langsung terhadap ketepatan jadwal siaran dan minimisasi kesalahan teknis. Pada lapisan manajerial, PA berperan dalam memfasilitasi aliran informasi yang memungkinkan keputusan produksi diambil secara tepat waktu. Pada lapisan strategis, keterlibatan PA dalam distribusi multi platform berkontribusi terhadap perluasan jangkauan program di luar batas siaran linear.

Novelty penelitian ini menyumbang pada beberapa level. Pertama, pada level konseptual, penelitian ini menawarkan kerangka analisis peran PA yang lebih komprehensif untuk konteks era digital, melampaui definisi konvensional yang terlalu sempit. Kedua, pada level empiris, penelitian ini menghadirkan data lapangan dari konteks program musik K-Pop di televisi berlangganan Indonesia pada kombinasi yang belum dikaji secara spesifik dalam literatur. Ketiga, pada level praktis, penelitian ini mengidentifikasi kompetensi-kompetensi konkret yang dibutuhkan PA di era digital.

Dibandingkan dengan temuan Briandana dan Irfan (2019) yang mengidentifikasi inovasi tim produksi secara umum, penelitian ini memberikan spesifikasi yang lebih rinci tentang bentuk-bentuk konkret perluasan peran PA dalam setting program musik K-Pop. Sementara Setiadi dkk. (2021) mengkaji adaptasi rantai nilai penyiaran secara makro, penelitian ini mengungkap mekanisme kualitatif di level mikro yang menjelaskan bagaimana adaptasi tersebut terjadi dalam praktik harian PA.

Tabel 3. Kontribusi PA terhadap Indikator Efektivitas Produksi KHITS

Fungsi PA	Indikator Efektivitas	Bentuk Kontribusi
Manajemen Rundown	Ketepatan jadwal siaran	Minimasi deviasi jadwal dan kesalahan urutan segmen
Koordinasi Teknis	Kelancaran transisi antar segmen	Reduksi miskomunikasi teknis antar divisi
Administrasi Aset Digital	Aksesibilitas aset tim produksi	Pengelolaan database konten yang terstruktur
Pemantauan Kualitas	Akurasi informasi on-air	Verifikasi faktual konten K-Pop sebelum tayang
Distribusi Digital	Konsistensi konten multiplatform	Adaptasi konten siaran untuk platform digital

Sumber: Data primer hasil observasi dan dokumentasi lapangan (2026)

4.4 Tantangan Adaptasi Digital

Selain mengidentifikasi peran dan kontribusi PA, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan yang dihadapi dalam adaptasi era digital. Pertama, terdapat knowledge gap antara

kompetensi PA yang baru bergabung dengan tuntutan sistem digital yang digunakan pada beberapa PA baru membutuhkan waktu adaptasi sebelum dapat beroperasi secara mandiri. Hal ini mengindikasikan kebutuhan akan program onboarding dan pelatihan digital yang lebih terstruktur.

Kedua, intensifikasi beban kerja PA akibat ekspansi fungsi digital tidak selalu diimbangi dengan penyesuaian kompensasi dan struktur karir yang proporsional. Kondisi ini membutuhkan perhatian dari manajemen HRD industri media. Ketiga, ketergantungan pada infrastruktur digital menciptakan vulnerabilitas operasional ketika terjadi gangguan teknis, sehingga PA perlu memiliki protokol contingency yang jelas untuk memastikan kontinuitas produksi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan pokok. Pertama, sistem manajemen produksi program musik K-HITS di MNC Channels pada era digital ditandai oleh integrasi komprehensif teknologi digital di seluruh tahapan produksi. Integrasi ini bersifat fundamental yang mengubah cara tim berkoordinasi, cara aset dikelola, dan cara konten didistribusikan. Sistem produksi KHITS merepresentasikan model televisi berlangganan yang telah berhasil melakukan transisi dari paradigma penyiaran linear menuju paradigma produksi media digital terintegrasi, selaras dengan temuan Setiadi dkk. (2021) tentang adaptasi penyiaran multiplatform di Indonesia.

Kedua, peran Production Assistant dalam sistem ini telah mengalami transformasi dari fungsi administratif-logistik tradisional menuju peran manajerial-digital yang multidimensi. Enam fungsi kritis yang diidentifikasi untuk manajemen rundown digital, koordinasi teknis lintas divisi, administrasi aset digital, pemantauan kualitas konten, komunikasi lintas departemen, dan adaptasi konten multiplatform secara kolektif menunjukkan bahwa PA kini merupakan peran strategis yang membutuhkan kompetensi tingkat lanjut di bidang literasi digital dan manajemen media.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada identifikasi dan dokumentasi transformasi peran PA secara spesifik dalam konteks program musik K-Pop di televisi berlangganan Indonesia. Temuan ini memiliki implikasi langsung bagi: (1) pengembangan kurikulum program studi komunikasi dan media, (2) desain program pelatihan industri bagi tenaga produksi televisi, dan (3) kebijakan HRD industri media dalam hal evaluasi kompetensi dan struktur kompensasi PA. Penelitian lanjutan dengan desain komparatif multi-lembaga akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang spektrum adaptasi peran PA di industri media Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Briandana, R., & Irfan, M. (2019). Broadcasting management: The strategy of television production configuring for sustainability in the digital era. *International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS)*, 4(6), 1879–1886.
- Caldwell, J. T. (2022). Production culture and digital labor in television. *Journal of Film and Video*, 74(1–2), 3–22.
- Edison, E., & Ahmad, L. P. (2023). Transformasi programming TV di era digital: Menyelaraskan konten dengan kebiasaan menonton multiplatform. *Jurnal Kajian Media dan Studi Komunikasi (JKMS)*, 7(2), 88–105.
- Hartono, B., & Kusuma, A. R. (2023). Peran content gatekeeper dalam produksi program hiburan televisi digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 27(1), 34–50.
- Hidayat, D., & Anisti. (2022). Strategi manajemen produksi televisi di era konvergensi digital. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 115-128.
- Doyle, G. (2013). *Understanding media economics* (2nd ed.). SAGE Publications. ISBN: 978-1-4462-9077-2
-

- Flew, T. (2021). *Regulating platforms*. Polity Press. ISBN: 978-1-5095-3707-5
- Nugroho, Y., & Putri, R. (2021). Adaptasi industri televisi Indonesia dalam era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 201–214.
- Rahmawati, D. (2022). Transformasi peran Production Assistant di era produksi media digital. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 45–62.
- Sari, N. P., & Wahyudi, A. (2023). Keterlibatan audiens program musik multiplatform di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1), 78–95.
- Jin, D. Y., Yoon, K., & Min, W. (2021). *Transnational Hallyu: The globalization of Korean digital and popular culture* (Asian Cultural Studies: Transnational and Dialogic Approaches). Rowman & Littlefield. ISBN: 978-1-5381-4696-5
- Jung, S., & Shim, D. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485–501.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. ISBN: 978-1-4522-5787-7
- Setiadi, A. A., Afifi, S., & Suparno, B. A. (2021). Adaptation of multi-platform broadcasting management in the disruption era: A case study of private television in Indonesia. *Asian Journal of Media and Communication (AJMC)*, 5(2).
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social Ltd.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications. ISBN: 978-1-5063-3616-9
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo). (2024). *Indeks literasi digital Indonesia 2024*. Kominfo.
-