

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Setiap tahunnya, Eagle Institute Indonesia mengadakan sebuah acara kompetisi yang dinamakan Eagle Awards Documentary Competition (EADC) atau sering disebut Eagle Awards. EADC adalah kompetisi film dokumenter untuk pembuat film dokumenter pemula. Kompetisi ini merupakan wadah bagi anak muda yang tertarik dengan film dokumenter untuk mengungkapkan keinginan dan menjawab isu-isu kekinian tentang Indonesia, sekaligus sebagai catatan sejarah visual dari perspektif anak muda untuk melihat ke-Indonesiaan mereka. EADC pertama kali diselenggarakan pada tahun 2005. Dalam pelaksanaannya, EADC menyelenggarakan roadshow ke beberapa perguruan tinggi di seluruh Indonesia, kemudian merekrut peserta dari seleksi proposal hingga forum pitch, serta membantu peserta mempresentasikan proposal program beasiswa terbaik dalam bentuk workshop film dengan para profesional. Pembuat film. Karya dokumenter diikutsertakan dalam berbagai kompetisi di festival film nasional dan internasional.

Dikutip dari eagleinstitute.id, Yayasan Eagle Mandiri merupakan wujud dari PT. Media televisi Indonesia (Metro TV) dalam membangun pemberdayaan sosial nasional. Tujuan Yayasan Eagle Mandiri adalah menjadi tuan rumah Eagle Institute Indonesia yang merupakan respon untuk menyatukan generasi muda Indonesia untuk berkarya melalui film dokumenter. Eagle Institute Indonesia adalah pusat lembaga pendidikan pengembangan dan produksi film dokumenter dokumenter yang berwawasan, khas dan mempromosikan keberhasilan industri film dokumenter nasional dan berpartisipasi aktif dalam forum film dokumenter internasional.

Sejak terjadinya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 hingga tahun 2022, ada banyak perubahan yang terjadi dari berbagai macam aspek. Mulai dari diterapkannya kegiatan *Work From Home* (WFH) oleh pemerintah dan juga tempat-tempat bekerja di seluruh Indonesia, banyak korban PHK, dan juga banyaknya kegiatan yang harus dibatalkan dan/atau diundur untuk mencegah terjadinya penyebaran virus COVID-19 yang ada di Indonesia. Selain efek-efek tersebut ada juga efek lain dimana melajunya perkembangan teknologi dimana banyak aplikasi dan media baru yang bermunculan untuk membantu masyarakat melakukan kegiatan mereka sehari-hari dengan efektif dari rumah. Hal tersebut juga berdampak bagi satu

kegiatan program kompetisi yang diadakan oleh Eagle Institute Indonesia yaitu *Eagle Awards Documentary Competition* (EADC). Program ini harus melakukan *vacuum* untuk ikut dalam kegiatan mencegah terjadinya persebaran Covid-19. Pada tahun 2022, program ini kembali diadakan oleh Eagle Institute Indonesia

Pada 7 tahun terakhir, program Eagle Awards Documentary Competition memiliki sejumlah pendaftar yang telah mendaftarkan proposal/ide mereka. Berikut adalah datanya:

TAHUN	JUMLAH PROPOSAL PENDAFTAR
2015	216
2017	161
2018	108
2019	51
2022	154

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pendaftar pada 7 tahun terakhir

Dari data di atas, bisa dilihat terjadi penurunan jumlah pendaftar pada tahun 2015 hingga 2019. Lalu Eagle Institute Indonesia melakukan *vacuum* pada tahun 2020 hingga 2021 karena pandemi COVID-19 dan mengangakat program EADC kembali pada tahun 2022 dan mendapatkan kenaikan proposal pendaftar pada tahun 2022. Dari latar belakang tersebut, maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi program Eagle Awards Documentary Competition di Metro TV.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka peneliti bisa mendapat dan merumuskan masalah yang ada yaitu,

- Bagaimana strategi komunikasi program Eagle Awards Documentary Competition di Metro TV?
- Mengapa program Eagle Awards Documentary Competition memakai strategi tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti memiliki maksud dan tujuan penelitian untuk

- Mengetahui strategi komunikasi program Eagle Awards Documentary Competition di Metro TV.
- Mengetahui alasan program Eagle Awards Documentary Competition memakai strategi tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini bisa bermanfaat baik bagi penulis maupun orang-orang yang membacanya. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berarti untuk kajian ilmu komunikasi di bidang penyiaran atau *broadcasting* terutama mengenai program film dokumenter. Serta menjadi informasi tentang strategi komunikasi program Eagle Awards Documentary Competition di Metro TV.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dalam mengetahui informasi mengenai dunia perfilman terutama film dokumenter dan dapat dijadikan pembelajaran bila kita ingin membuat sebuah film dokumenter.