



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan informasi dalam berbagai hal guna beradaptasi dengan perubahan yang ada di sekitar mereka. Setiap informasi membantu manusia dalam membuat keputusan yang tepat. Informasi bisa didapatkan dari berbagai saluran atau media, salah satunya media massa. Dalam memenuhi kebutuhan informasinya, manusia memerlukan media massa sebagai medium penyebaran berita terbaru di masyarakat (Baksin, 2013, p. 49).

Informasi media massa dapat menghubungkan masyarakat dengan lingkungan sekitarnya. Menurut Baksin (2013, p. 47), media massa berperan sebagai pengawal yang dapat mengungkap berbagai ancaman ataupun peluang di sekitar masyarakat. Sehingga, masyarakat dapat menentukan dan mengetahui keputusan apa yang harus diambil dalam situasi yang ada. Menurut Kovach dan Rosenstiel (2001, p.6), berita yang disampaikan media massa berperan dalam melindungi diri kita, menjalani hidup kita, menjalin ikatan satu sama lain, serta mengenali teman dan musuh.

Menurut Nurudin (2007, p. 5), berdasarkan bentuknya media massa terdiri dari tiga jenis, yaitu:

1. Media massa periodik atau cetak, seperti koran, majalah, dan tabloid.
2. Media massa elektronik, seperti radio, televisi dan radio.
3. Media massa internet, seperti media daring (*online*)

Masyarakat memiliki kebebasan untuk memilih dan menggunakan *platform* yang sesuai dengan kebutuhan setiap individu dalam mendapatkan informasi. Dikutip dari situs resmi databoks (2016, para 1), televisi menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dalam mencari dan mendapatkan informasi. Hal ini dikarenakan, masyarakat

Indonesia termasuk dalam kategori *view society* sehingga kegiatan mendapatkan informasi dari media visual lebih diutamakan (Baksin, 2013, p. 57).

Berdasarkan survei *Nielsen Consumer & Media View* hingga triwulan ketiga tahun 2017, menunjukkan bahwa televisi menempati urutan pertama dengan penetrasi 96% sebagai akses utama mendapatkan informasi. Kemudian dilanjutkan pada *platform* papan iklan sebesar 52%, internet 43%, serta radio sebanyak 37% dipilih masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi terbaru. Survei lain Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015, menyatakan sebesar 91% penduduk Indonesia berusia lebih dari 10 tahun memilih televisi sebagai media pilihan masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi.

Menurut Sutisno (1993, p. 1), televisi adalah salah satu media komunikasi berteknologi tinggi (*hi-tech*) yang menggunakan *audio* dan *visual* (gambar) bergerak dalam menyampaikan suatu pesan. Lebih jelas Sutisno menjelaskan, bahwa televisi menggunakan gelombang unsur audio visual yang menjadi salah satu kelebihan dan ciri khas televisi dibanding media lain. Sehingga, informasi dari televisi lebih cepat diterima dan diinterpretasi oleh semua kalangan usia.

Media massa terutama televisi lahir sebagai entitas penting di lingkungan masyarakat. Menurut Baksin (2013, p. 38), televisi merupakan sebuah entitas sosial, entitas budaya, entitas bisnis, serta entitas politik. Lebih lanjut Baksin menilai televisi sebagai entitas sosial perlu mendapatkan dukungan dari masyarakat sebagai penonton dari tayangan yang disuguhkan. Apabila televisi tidak mendapat dukungan dari penonton, pendapatan dan eksistensi televisi akan terhambat (Baksin, 2013, p. 39).

Baksin (2013, p. 39) menilai dukungan dari penonton akan menghasilkan pendapatan bagi operasional televisi, hal ini berkaitan dengan televisi sebagai entitas bisnis. Televisi harus mengeluarkan miliaran rupiah dalam sebulan untuk menyuguhkan tayangannya. Selain itu sebagai entitas bisnis, televisi juga menjadi sarana pelengkap untuk pengiklan dalam mempromosikan produk atau jasanya (Baksin, 2013, p. 39). Televisi memiliki penetrasi atau pengaruh yang kuat dalam

menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Hal ini membuat televisi terlahir sebagai entitas politik yang mampu membentuk dan memengaruhi pemahaman, opini, serta keputusan masyarakat terhadap suatu hal (Baksin, 2013, p. 39).

Tidak hanya itu, televisi juga hadir sebagai entitas budaya. Menurut Baksin (2013, p. 39) pengaruh kuat televisi dalam masyarakat juga memengaruhi perkembangan suatu budaya. Ia menjelaskan bahwa televisi dapat membuat kemunduran suatu budaya dengan rutin menghadirkan konten luar negeri. Namun, televisi juga dapat membuat suatu budaya berkembang atau tidak tergerus zaman dengan rutin menyuguhkan konten budaya lokal (Baksin, 2013, p. 39).

Perkembangan industri televisi semakin meningkat dilihat dari jumlahnya yang semakin banyak. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mencatat terdapat 14 stasiun televisi yang terdaftar berbadan hukum sampai tahun 2019. Lahir banyaknya stasiun televisi di Indonesia, membuat persaingan untuk mendapatkan perhatian khalayak atau *rating* semakin ketat. Industri televisi saling berlomba menyuguhkan acara yang disukai masyarakat untuk memperebutkan kue pengiklan (Baksin, 2013, p. 43).

Baksin (2013, p. 5) menyebutkan masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan lebih menyukai konsumsi konten hiburan dan *infotainment*, dibandingkan konten yang berorientasi politik. Ia menjelaskan hal ini dikarenakan adanya apatisme dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap media dan konten berorientasi politik (Baksin, 2013, p. 5). Alhasil, stasiun televisi berlomba menyuguhkan acara dengan orientasi hiburan dan *infotainment* tanpa melihat kualitas dari informasi yang disediakan. Lebih jauh, program yang disuguhkan juga tidak ramah anak.

Televisi seharusnya tidak hanya menjadi sarana hiburan, namun juga pendidikan, serta menjadi medium penegakan moral. Program acara televisi sewajibnya menjadi tontonan cerdas dan artistik, baik secara nilai maupun tampilan yang disuguhkan (Baksin, 2013, p. 45). Dalam operasionalnya, televisi hanya

mementingkan entitas bisnis, politik, serta sosial. Namun entitas budaya atau edukasi untuk berbagai golongan usia, khususnya anak-anak tidak diperhatikan.

Menurut Nurudin (2007, p. 20), setiap manusia memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang layak dan berguna dari media massa, terutama anak-anak. Hal ini dikarenakan perilaku imitatif sangat menonjol pada anak-anak yang sedang melakukan penyesuaian diri dan sosial (Wardah, 2016, p. 437). Padahal undang-undang nomor 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, menyatakan bahwa media massa memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi bagi anak-anak yang berguna untuk tumbuh kembang anak. Namun, hal ini tidak terealisasi dengan baik.

Dilansir dari situs resmi KPI, hasil penelitian Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) sepanjang tahun 2006 – 2015, menunjukkan sebesar 59% dari 1.401 acara anak di televisi masuk dalam kategori “Tidak Aman”. Jumlah tayangan anak terus menurun setiap tahunnya. Hasil penelitian YPMA tahun 2018 menyatakan jumlah program atau acara anak di Televisi hanya mencapai 40 program. Padahal, televisi memiliki unsur audio visual yang sangat kuat untuk memengaruhi pola pikir, mental, hingga tindakan individu (Baksin, 2013, p. 16).

Wardah (2016, p. 438) menilai anak-anak yang selalu menerima informasi negatif akan memiliki kecenderungan untuk menanamkan dan melakukan hal negatif lebih besar dibanding hal positif. Hal ini tentunya tidak baik bagi tumbuh kembang anak di masa depan. Maka itu, diperlukan tayangan anak yang tidak hanya menghibur, namun juga menjunjung nilai edukasi dan moral positif. Salah satunya program anak Si Bocah Petualang atau Si Bolang.

Si Bolang merupakan program dokumenter atau *feature* anak yang menampilkan informasi mengenai keunikan budaya dan kearifan lokal yang tinggi dari berbagai daerah di Indonesia. Program ini akan membawakan informasi berdasarkan sudut pandang anak-anak yang menjadi keunikan tersendiri dari program ini. Dengan konsep *edutainment* atau *education and entertainment*, Si Bolang selalu membawa

nilai sportifitas dan kejujuran, pantang menyerah, membantu orang tua dan teman, hingga cinta dan menjaga alam Indonesia.

Dilansir dari situs resmi Trans7, beberapa penghargaan sebagai program ramah anak rutin diterima Si Bolang. Seperti Anugerah KPAI Award sebagai program acara televisi ramah anak tahun 2015, anugerah TV ramah anak kategori program dokumenter terbaik tahun 2016-2018, serta anugerah kebudayaan dari kementerian pendidikan dan kebudayaan RI tahun 2016.

Program anak Si Bolang mulai perdana pada 26 Maret 2006 di stasiun televisi TV7. Namun dalam perkembangan, Kompas Gramedia dan CT Corp bekerjasama membangun hubungan kerjasama strategis dan merubah TV7 menjadi Trans7 hingga kini. Trans7 merupakan stasiun televisi yang menjadi salah satu bagian dari kelompok media di bawah naungan TRANSMEDIA. Selain Trans7, TRANSMEDIA membawahi Trans TV, CNN Indonesia, CNN Indonesia.com, serta Detikcom.

Penulis memiliki ketertarikan pada program *news magazine* televisi yang tidak hanya mementingkan hiburan (*entertainment*), namun juga edukasi yang disuguhkan. Tidak hanya itu, penulis juga tertarik untuk mengetahui dan mempelajari proses produksi program Si Bolang dalam menyajikan tayangan ramah anak yang konsisten. Maka dari itu, penulis memilih asisten produksi pada program Si Bocah Petualang Trans7 dalam melakukan praktik kerja magang.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Selain sebagai satu syarat kelulusan dalam mata kuliah *internship* yang diampu oleh peneliti, tentunya praktik kerja magang ini dilaksanakan untuk tujuan lain sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan serta keterampilan yang didapatkan penulis selama perkuliahan lewat kerja nyata di industri media nasional.

2. Memahami secara langsung keseluruhan proses produksi sebuah program televisi, terutama dalam menyajikan tayangan ramah anak yang konsisten.
3. Menambah pengetahuan akan strategi yang dilakukan industri televisi dalam menghadapi turunnya minat masyarakat menonton tayangan *edutainment*.
4. Menambah pengalaman kerja di industri media nasional, sehingga melatih keterampilan sebagai bekal memasuki dunia kerja.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

#### **1.3.1 Pelaksanaan Waktu Kerja Magang**

Penulis berkesempatan untuk melakukan praktik kerja magang terhitung sejak tanggal 15 Agustus 2019 sampai 22 November 2019. Namun sebenarnya, penulis sudah melakukan kerja magang terlebih dahulu satu bulan sebelumnya, yakni pada 8 Juli 2019. Pada hari dan jam kerja yang berlaku, yakni Senin – Jumat/Sabtu kecuali hari Kamis, serta kurang lebih delapan jam kerja setiap harinya (*tentative*). Jika tidak ada kendala dalam proses pasca produksi untuk tayangan besoknya, penulis akan bekerja delapan setiap hari. Namun, apabila terdapat kendala dan proses pasca-produksi masih memerlukan bantuan asisten produksi, penulis akan bekerja lebih dari delapan jam setiap hari.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum melakukan praktik kerja magang, penulis dibekali seminar terlebih dahulu terkait prosedur dan ketentuan yang dibuat oleh kampus untuk pengajuan kerja magang. Tidak hanya itu, penulis juga diberitahukan *timeline* kerja magang yang harus ditempuh penulis, dari proses pengajuan sampai penulisan laporan kerja magang. Seminar ini juga memberikan gambaran umum terkait penulisan laporan magang.

Sekitar akhir Mei sampai pertengahan bulan Juni 2019, penulis mulai mengumpulkan *portfolio*, membuat surat lamaran magang, hingga membuat *curriculum vitae* (CV). Selanjutnya tanggal 20-an Juni 2019, penulis mulai mencari informasi terkait lowongan magang di berbagai media nasional yang terbukti berbadan hukum seperti syarat dari kampus. Penulis mencari di berbagai situs resmi media, daftar tempat magang yang diberikan oleh *IM Kom*, hingga menghubungi beberapa teman yang bekerja di media nasional.

Setelah mendapatkan informasi terkait prosedur pengajuan kerja magang di berbagai media nasional, penulis mulai mengirimkan CV *softcopy* lewat *email* ke berbagai perusahaan media, seperti Metro TV, TRANS7, SCTV, DAAI TV, TVONE, dsb. Penulis memiliki ketertarikan lebih pada industri televisi untuk praktik kerja magang yang akan dilakukan. Alhasil, penulis mulai mengirimkan CV ke industri televisi terlebih dahulu dibanding industri media *online* atau cetak. Sekitar satu minggu kemudian, penulis mendapatkan telepon dari pihak TRANS7 untuk melakukan *interview* dengan HRD pada dua hari kemudian. Setelah melakukan *interview* dengan HRD, penulis diberitahukan untuk melakukan *interview* tahap terakhir dengan *user* atau karyawan asisten produksi program Si Bocah Petualang.

Seusai melakukan wawancara dengan Intan Fresty sebagai *user* Si Bolang, *user* langsung memberitahukan penerimaan penulis menjadi asisten produksi program Si Bocah Petualang. Namun sebelum aktif bekerja, penulis memastikan kepada ketua program studi jurnalistik bahwa kerja magang sebagai asisten produksi program Si Bolang memenuhi syarat dari kampus. Setelah mendapatkan jawaban persetujuan dari kaprodi, penulis mulai melaksanakan kerja magang pada Senin, 8 Juli 2019.

Pada awalnya, penulis tidak menargetkan untuk melakukan praktik kerja magang di program anak terlebih program Si Bocah Petualang. Namun, penulis memang lebih tertarik dan mengusahakan untuk melakukan praktik kerja magang di program *news magazine* dibanding dalam program *news*

*current affairs*. Hal ini dikarenakan dalam program *news current affairs*, cara dan alur produksi hingga topik pembahasan satu media dan media lain kurang lebih sama. Sebaliknya, dalam *news magazine* cara dan alur produksi serta topik pembahasan satu program dengan program lain saja terkadang sudah berbeda. Penulis bisa mendapatkan pembelajaran dan pengalaman yang lebih beragam. Hal ini membuat penulis lebih memilih program *news magazine* dalam praktik kerja magang kali ini.

Selama magang berlangsung, penulis juga mengurus berbagai dokumen yang diperlukan kampus untuk pendataan, seperti KM-1, KM-2, dan KM-3. Penulis meminta surat keterangan penerimaan magang dari TRANS7 sebagai syarat KM-3 sampai KM-7 bisa dilakukan. Hal ini juga menjadi tanda bahwa secara resmi penulis sudah mulai dihitung melaksanakan kerja magang di TRANS7.

Pada awal praktik kerja magang, peneliti belajar dan beradaptasi dengan karyawan magang sebelumnya, yaitu Widya. Penulis diajak dan diberi kesempatan untuk mencoba melakukan setiap pekerjaan yang dilakukan juga oleh Widya selama kurang lebih dua minggu. Hal ini bertujuan agar penulis beradaptasi pada setiap *detail* tugas yang ada.

Setiap harinya penulis membantu menyiapkan segala keperluan produksi, dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi berlangsung. Namun penulis tidak melaksanakan hal itu sendiri, TRANS7 memiliki karyawan khusus asisten produksi di setiap programnya. Sehingga penulis tidak bekerja sendirian dalam melaksanakan tugas sebagai asisten produksi. Tidak hanya itu, penulis juga melaksanakan tugas tambahan dari produser Si Bolang, seperti mencatat dan merekap bukti sponsor, *social media handler* Si Bolang, dsb.

Namun pada pertengahan Agustus hingga awal September 2019, terjadi kekosongan posisi asisten produksi karyawan di program Si Bolang. Hal ini

dikarenakan, asisten produksi sebelumnya mengundurkan diri untuk pindah kerja ke tempat lain. Asisten produksi yang baru juga belum masuk untuk bertugas. Alhasil, penulis mengerjakan berbagai tugas asisten produksi sendiri tanpa dibantu anak magang lain, ataupun asisten produksi yang baru. Berbagai tugas yang seharusnya dikerjakan oleh asisten produksi karyawan terpaksa harus dilakukan penulis.

Ketika periode magang segera berakhir, penulis segera memberikan *form* penilaian kinerja untuk dinilai oleh asisten produksi karyawan dan produser sebagai atasan langsung. Tidak hanya itu, penulis juga segera mencetak sertifikat sebagai tanda bahwa penulis telah selesai dan pernah melakukan kerja magang di program Si Bolang TRANS7. Setelah itu, *form* penilaian dan sertifikat yang sudah dicetak harus diserahkan kepada HRD untuk ditandatangan dan dicap resmi dari kepala HRD TRANS7.

Selagi melakukan praktik kerja magang, penulis juga mencicil laporan kerja magang sampai bab III. Setelah periode magang berakhir, penulis fokus dalam membuat bab IV dan merapihkan laporan kerja magang. Selama proses pembuatan sekitar dua minggu, penulis dibimbing oleh Bapak F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A. Setelah praktik kerja magang dan laporan sudah terpenuhi, barulah penulis dapat melakukan ujian atau sidang praktik kerja magang.