



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Perkembangan informasi pada zaman sekarang semakin hari semakin maju dan membawa perubahan besar bagi masyarakat. Dengan adanya perkembangan informasi yang sangat pesat, masyarakat lebih mudah untuk mengekspresikan diri terhadap segala sesuatu yang mereka inginkan.

Komunikasi massa menjadi suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia zaman sekarang. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Brittner yang menyatakan: *Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2008: 188).

Namun, menurut William L. Rivers dalam bukunya, komunikasi massa merujuk ke keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan koran, majalah, stasiun pemancar yang mampu menyampaikan pesan-pesan ke jutaan orang. Oleh sebab itu, komunikasi massa dapat diartikan ke dalam dua cara yakni, komunikasi oleh media, dan kedua, komunikasi untuk massa. Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Media tetap cenderung memilih khalayak, dan demikian pula sebaliknya, khalayak pun memilih-milih medianya. (2008: 18)

Maka dari itu, media massa kian sangat penting di era informasi ini. Pada dasarnya media berperan besar dalam penyebaran informasi karena fungsi dari media itu sendiri adalah menyampaikan pesan. McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theories (2000: 66)*, ada enam perspektif dalam hal melihat peran media:

- *Window on event and experience.* Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.
- *A mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection.* Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya.
- *Filter* atau *gatekeeper.* Menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi, atau bentuk konten yang lain berdasarkan standar para pengelolanya. Di sini khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa yang layak diketahui dan layak diberi perhatian.
- *Guide* atau *interpreter.* Menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
- Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
- *Interlocutor.* Menjadi partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Tidak hanya itu, peran media massa juga dapat dilihat dari keterkaitan dengan segala

Isi dan peristiwa yang terjadi, begitu juga sebaliknya. Menurut Devito dalam bukunya *Komunikasi Antar Manusia (1996)*, ada 3 masalah pokok yang harus diperhatikan dalam memahami fungsi-fungsi media massa.

- Setiap kali menghidupkan pesawat televisi, siaran radio, maupun membaca surat kabar, kita melakukannya karena alasan tertentu.
- Komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda bagi setiap pemirsa secara individual. Program televisi yang sama dapat menghibur satu orang, mendidik yang lain, mempengaruhi seseorang atau sekelompok orang.

- Fungsi yang dijalankan oleh komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu ke waktu yang lain. Produk rekaman tertentu bisa dirasakan sebagai penghibur pada suatu saat, tetapi pada saat yang lain rekaman tersebut dirasakan sebagai olah sosialisasi atau alat pemersatu.

Tidak dapat dipungkiri peran televisi saat ini semakin besar dan peranannya sebagai media komunikasi visual sangat luar biasa dibandingkan media-masa yang lain. Televisi mampu mengkomunikasikan pesan-pesannya dengan cara yang sangat sederhana dengan penggabungan antara *audio* dan *visual*. Maka pesan yang disampaikan harus lebih mudah dipahami dalam sekilas dan dengan jenjang konsentrasi yang tidak setinggi seperti membaca. Munculnya televisi menghadirkan suatu revolusi dimana manusia dihadapkan pada jaman komunikasi visual pada layar televisi.

Pada dasarnya media televisi mempunyai peranan pokok yaitu memberikan informasi atau pesan yang mengandung unsur pendidikan, penerangan, hiburan dan promosi. Daya tarik televisi yang sangat luar biasa juga menimbulkan pengaruh yang sangat kuat akan dampak dari sebuah siaran televisi. Kekuatan untuk membentuk opini masyarakat secara global dan cepat dan menciptakan efek-efek yang luar-biasa yang mampu mengubah dan mempengaruhi perilaku pemirsanya harus diimbangi dengan lahirnya kebijakan maupun etika dalam mengatur media ini agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Di Indonesia sendiri, siaran televisi pertama dimulai pada tahun 1962. Saat itu masyarakat Indonesia disugahi tontonan realita yang begitu memukau. Meskipun hanya siaran televisi hitam putih, tapi siaran pertama televisi di Indonesia itu menjadi momentum yang sangat bersejarah.

Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Tepat pada tahun 1989, RCTI mulai mengudara sebagai stasiun swasta pertama yang menguasai negeri Indonesia. Sejak itulah, masyarakat Indonesia memiliki pilihan untuk menonton televisi, meskipun awalnya stasiun RCTI hanya melansir siaran

khusus sebagai televisi berbayar. RCTI tercatat menempati urutan pertama untuk porsi hiburan (www.rcti.tv/page/view/company-profile).

Ternyata perkembangan industri pertelevisian swasta tidak hanya berhenti pada RCTI saja. Lahirnya televisi swasta di era 90an, mampu mengalihkan perhatian masyarakat yang pada mulanya hanya terpaku dengan suguhan format acara yang monoton, seperti TVRI. Berbeda dengan TV pemerintah, kemasan siaran yang disajikan oleh TV swasta sangat berbeda. Ditambah dengan adanya visualisasi para host televisi yang lebih ramah dan akrab, agar lebih terkesan bersahabat dengan pemirsa.

Pada 2000-an, industri pertelevisian Indonesia kembali menggeliat. Berbeda dari sebelumnya, lahirnya stasiun-stasiun TV swasta yang baru, lebih menginspirasikan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Seakan tidak ada habisnya, para anggota penguasa pemerintahan dan pengusaha konglomerat Indonesia, berbondong-bondong untuk menciptakan stasiun TV swasta yang baru.

Dengan adanya warna baru dunia pertelevisian Indonesia ini maka masyarakat sebagai konsumen media ini mempunyai banyak pilihan untuk mengakses informasi yang akan didapatnya dengan memilih channel favorit mereka. Namun, televisi juga merupakan sebuah entitas budaya karena ia turut berperan dalam mewujudkan majunya sebuah budaya, sekaligus bisa memengaruhi kemundurannya.

Banyaknya televisi swasta yang mulai masuk ke dunia pertelevisian Indonesia ini jelas didorong oleh adanya pelaku di bidang ini yang tidak semata hanya sebagai penyelenggara siaran namun berlandaskan pada landasan bisnis. Tidak hanya bisnis, media televisi juga dianggap sebagai entitas politik, yang dipercayai memiliki kemampuan kuat untuk memengaruhi masyarakat dan membentuk opini publik.

Persaingan di industri pertelevisian pun terlihat semakin ketat. Maraknya komunitas televisi swasta banyak mempengaruhi kehidupan

masyarakat, baik positif atau negatif. Kehadiran mereka pun sering menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat.

Di tengah keragaman pertelevisian di Indonesia kembali diramaikan dengan hadirnya stasiun TV baru, yakni *Kompas TV* pada tanggal 9 September 2011 yang didirikan oleh bapak media massa, Jakob Oetama.

Berlatar belakang dari pengaruh berita televisi terhadap kehidupan masyarakat, maka penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja nyata di *Kompas TV*. Penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di *Kompas TV* karena penulis menilai *Kompas TV* termasuk salah satu TV swasta yang berlatar belakang dengan Harian Kompas, sehingga dalam pemberitaannya memiliki idealisme yang tinggi, tidak memiliki kepentingan politik, perusahaan atau kepemilikan, sehingga dalam pemberitaannya memiliki unsur-unsur yang positif seperti tegas, terarah, dan menumbuhkan harapan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang ini adalah sebagai syarat untuk memenuhi salah satu kewajiban akademis yang harus digenapi oleh setiap mahasiswa tingkat akhir di Universitas Multimedia Nusantara. Kewajiban akademis ini dilakukan pada semester 7, dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi.

Tujuan dari praktik kerja magang adalah untuk mengembangkan pengetahuan dalam pengaplikasian ilmu di dunia pekerjaan, serta memberikan bekal berupa pengalaman, pengetahuan serta pelatihan kerja bagi mahasiswa yang dihadapi pada saat praktik kerja magang. Tidak hanya itu, tujuan dari kerja magang ini sendiri adalah untuk melatih mahasiswa agar memiliki persiapan mental dan fisik saat melakukan praktik kerja di lapangan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah selama dua bulan, terhitung dari tanggal 5 Agustus 2013 hingga 25 Oktober 2013. Penulis bekerja selama lima hari dalam seminggu, dan mengenai jadwal akan disesuaikan oleh Koordinator Liputan (Korlip).

Dalam *Kompas TV*, terdapat dua pembagian posisi, yakni *Production Assistant* (PA) dan peliputan. Pembagian atas pekerjaan tersebut berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan oleh Korlip setiap bulannya, dan dapat berubah sewaktu-waktu. Dalam seminggu, penulis memiliki dua hari untuk peliputan ke lapangan dan sisanya untuk menjadi PA. Namun jadwal tersebut kadang bisa berubah.

Jam kerja saat menjadi PA dan peliputan dibagi menjadi empat, yakni pada *pagi* hari pukul 07.00-16.00, *regular* pukul 10.00-19.00, *sore* pukul 14.00-21.00, dan *malam* hari pada pukul 23.00-06.00. Namun, pada kenyataannya di lapangan, jam kerja tersebut terkadang berubah-ubah, tergantung dari tuntasnya pekerjaan. Terkadang bisa lebih cepat atau sebaliknya.

Praktik kerja magang merupakan kewajiban akademis yang harus dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Sebelum melakukan praktik kerja magang, penulis harus terlebih dahulu mencari media mana yang akan didatangi oleh penulis. Setelah itu, mahasiswa melakukan pengisian surat pengajuan praktik kerja magang yang ditujukan ke beberapa perusahaan yang penulis pilih (KM 1). Surat pengajuan praktik kerja magang tersebut pada akhirnya disetujui oleh Kaprodi untuk kemudian diserahkan langsung ke perusahaan yang dituju, beserta CV dan transkrip nilai.

Setelah menunggu panggilan kurang lebih dua hari setelah penulis berikan CV, penulis diminta oleh *Human Resource Development* (HRD) untuk datang langsung ke gedung *Kompas TV* yang berada di Palmerah

Selatan. Setelah penulis bertemu dengan HRD, penulis langsung dinyatakan diterima magang oleh *Kompas TV bagian bulletin (News)*.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang untuk pertama kalinya, penulis ditempatkan untuk menjadi *Production Assistant (PA)*. Penulis dibimbing secara intensif selama kurang dari seminggu oleh beberapa karyawan tetap dari redaksi *News*. Namun setelahnya, penulis dibimbing oleh pembimbing yang berbeda-beda dalam melaksanakan tugasnya.

Setelah menyelesaikan praktik kerja magang, penulis menulis laporan akhir dari praktik kerja magang berdasarkan dengan kenyataan yang penulis alami, pelajari dan kerjakan serta dengan berkonsultasi, *sharing* dengan Korlip dan dibimbing oleh dosen pembimbing magang.

Berikut rincian tahap-tahap awal dalam pelaksanaan praktik kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis.

Tahap pengajuan lamaran kerja magang	3 Juli 2013
Tahap penerimaan kerja magang	5 Agustus 2013
Tahap masuk kerja magang	5 Agustus 2013
Tahap pelaksanaan kerja magang	5 Agustus – 25 Oktober 2013

U M M N