



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 zaman mampu diikuti dengan turut berkembangnya teknologi dan juga teknologi komunikasi. Salah satu bagian dari perkembangan teknologi komunikasi yang turut berkembang pesat adalah komunikasi massa. Brittner dalam Rakhmat, (2009, h. 132) mengungkapkan “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.”

Kehidupan masyarakat modern saat ini, sulit terlepas dari media massa, mulai dari buku, koran, majalah, radio, dan televisi. Media massa berperan sebagai penyalur informasi yang dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat luas dan dapat menjangkau berbagai kalangan (Biagi, 2010, h. 54). Bentuk – bentuk media massa tersebut dapat mempengaruhi dan mengubah sikap dan perilaku setiap individu dalam kesehariannya. (Gerbner, 1967, h. 78)

Adalah televisi, salah satu media massa elektronik yang strategis dan memiliki kelebihan untuk menampilkan gambar dan suara sehingga menjadi media yang susah untuk ditinggalkan. Banyak orang yang menghabiskan waktunya mengobrol dengan keluarga, pasangan, atau teman mereka. Bagi kebanyakan orang televisi adalah teman. Televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan dapat menjadi candu (Morissan, 2009, h. 1)

Setiap stasiun televisi memiliki program acara sesuai dengan kebutuhan penonton, harus membawa dampak dan manfaat bagi pemirsa. Mulai dari program berita, acara anak – anak, sinetron atau drama, talkshow, film pendek, infotainment, dan acara lainnya.

Banyaknya stasiun televisi yang bermunculan, menjadikan keberadaan rumah produksi (*Production House*) semakin dibutuhkan. Nurina Ayuningtyas

(2008) mengutip Raam Punjabi, bahwa hampir tidak mungkin jika stasiun televisi memproduksi sendiri semua program acaranya. Selain membutuhkan *cost* yang besar, stasiun televisi juga harus menyediakan tenaga kerja yang cukup banyak. Faktor lain yang dapat juga menjadi kendala adalah mengenai waktu. Jadi sangat tidak efektif jika suatu stasiun televisi merangkap semua kebutuhan acara.

Ashibala menyatakan bahwa (2002, para. 1) “secara umum rumah produksi terkait dengan produksi *In – house*, yaitu mengatur atau membuat siaran televisi meliputi film iklan, berita multimedia, olahraga atau acara televisi lainnya.”

PH produksi merupakan sebuah rumah produksi yang kegiatan sehari – harinya yang utama adalah memproduksi suatu program. Baik untuk acara televisi, film layar lebar, profil perusahaan, *short movie*, *video clip*, maupun iklan media elektronik. Kegiatannya meliputi perencanaan, *shooting*, *editing*, sampai dengan pemasaran produk.

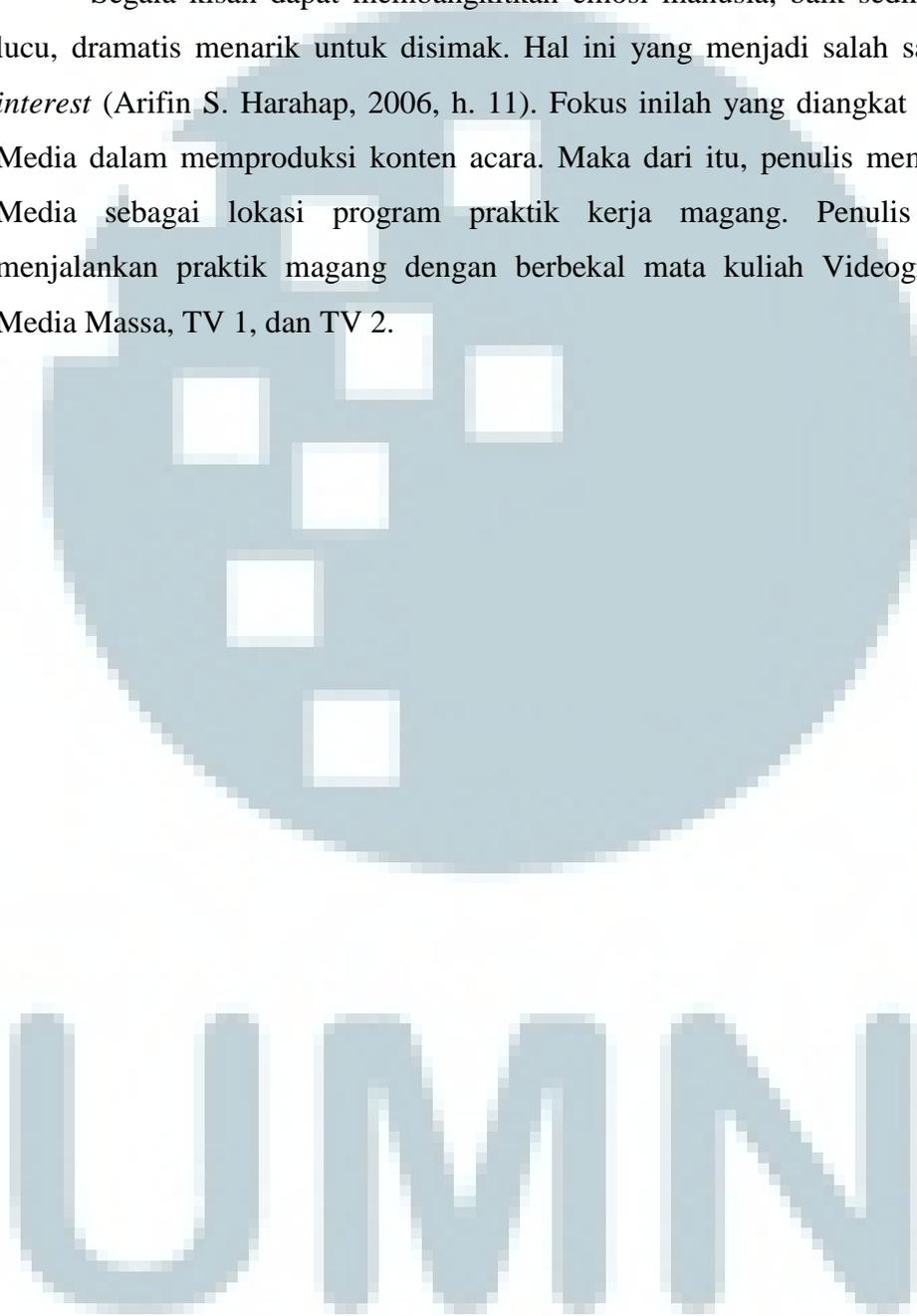
Rumah produksi merupakan pihak yang paling dominan dalam penyediaan barang dan jasa yang berkaitan dengan program acara, mulai dari pembuatan materi hingga menjadi program acara. Hal ini dikarenakan rumah produksi berperan langsung dalam pembuatan program.

CEM Media merupakan salah satu rumah produksi yang membuat berbagai konten acara yang nantinya akan diajukan ke stasiun televisi. Berbeda dengan *Production House* lainnya, CEM Media turut membuat *company profile*, *music video*, dan *documentary*. Dalam masa *start up* (2010), CEM Media bisa dibilang kompeten dalam mengerjakan proyek – proyek, ini terlihat dari hasil yang sudah dilakukan dan saat pra produksi, produksi, hingga paska produksi yang di unggah secara berkala dalam www.cem-media.tv

Dalam hal ini, CEM Media bekerja sama dengan Ubox untuk membuat *web – series*. *Web – series* adalah video berkelanjutan yang tayang dalam kurun waktu tertentu di internet. Ubox *web – series* mengangkat cerita tentang sepasang

anak muda yang melakukan Kencan Buta (*Blind Date*) dengan melibatkan perasaan suka – duka saat berkenalan dan pendekatan.

Segala kisah dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, bahagia, lucu, dramatis menarik untuk disimak. Hal ini yang menjadi salah satu *human interest* (Arifin S. Harahap, 2006, h. 11). Fokus inilah yang diangkat oleh CEM Media dalam memproduksi konten acara. Maka dari itu, penulis memilih CEM Media sebagai lokasi program praktik kerja magang. Penulis mencoba menjalankan praktik magang dengan berbekal mata kuliah Videografi, Etika Media Massa, TV 1, dan TV 2.



UMN

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Mata kuliah kerja magang ini bertujuan untuk membantu mahasiswa yang akan lulus agar dapat merasakan dunia kerja yang sesungguhnya. Mata kuliah kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana S1. Dalam program kerja magang ini, mahasiswa dibimbing dalam melakukan praktek kerjanya agar dapat mudah beradaptasi dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Selain untuk memenuhi kewajiban akademik, diharapkan kegiatan kerja magang ini dapat menambah pengetahuan tentang teknik dan etos kerja saat praktik di lapangan dan juga dapat menerapkan teori-teori serta pendidikan yang sudah dipelajari selama perkuliahan. Diharapkan juga agar dapat beradaptasi dengan dunia pekerjaan seperti sikap disiplin, tanggung jawab, mampu memenuhi tanggal permintaan (*deadline*) dan etos kerja.

Penulis juga mendapatkan pelajaran dalam pekerjaan seperti langkah-langkah pembuatan sebuah program, upaya mencari ide dan konsep acara, produksi.

Kerja magang dilakukan dengan tujuan agar mahasiswa memiliki kemampuan sebagai berikut :

1. Melatih kemampuan beradaptasi serta bekerja sama dengan orang-orang baru di dalam sebuah *team* maupun berbagai pihak yang terlibat dalam sebuah *project*.
2. Melatih manajemen waktu dalam pembuatan *project*.
3. Mengetahui proses produksi program web-series dalam CEM Media.
4. Melatih kemampuan untuk mengembangkan cerita dan ide kreatif dalam pembuatan *project*.
5. Menambah keterampilan dan pengalaman kerja melalui proses bekerja sambil belajar dibawah bimbingan dan pengarahan.
6. Mempraktekan sistematika kerja yang didapat semasa perkuliahan hingga dunia kerja dan industri.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara diwajibkan untuk mengambil mata kuliah praktek kerja magang (*internship*) minimal selama 40 hari.

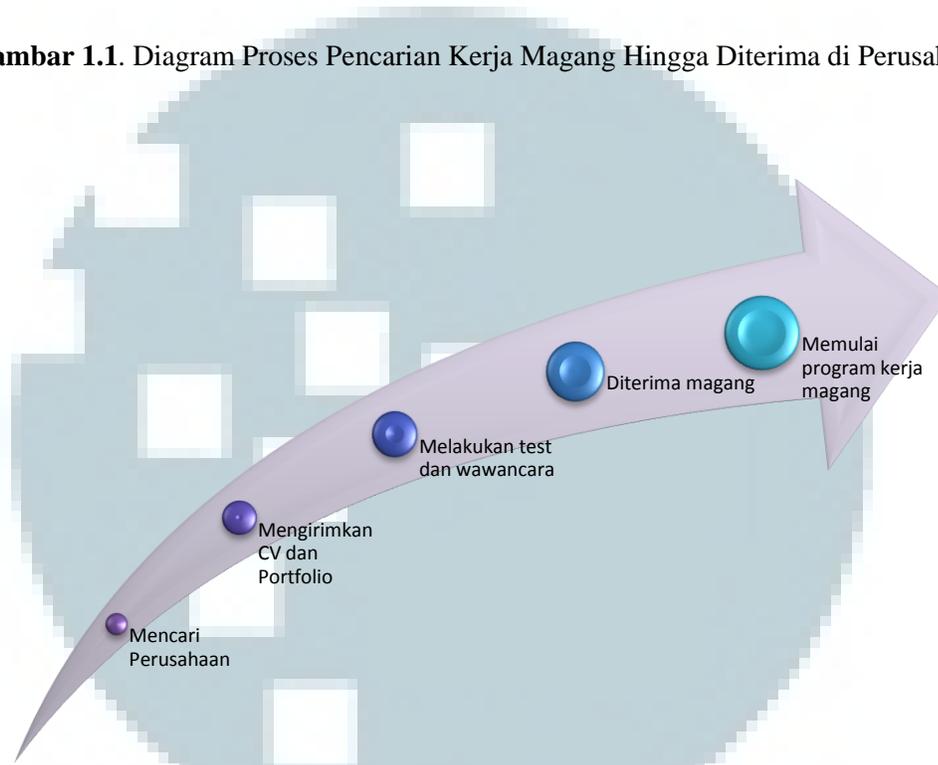
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktek kerja magang penulis dilakukan di CEM Media yang berlokasi di Jln. Taman Ayu No. 365, Lippo Village Utara. Periode kerja magang yang telah ditempuh adalah 40 hari efektif terhitung sejak 01 Juli 2015 sampai dengan 04 September 2015, setelah dikurang dan ditambah dengan libur hari besar. Waktu bekerja penulis dimulai dari hari Senin sampai dengan Jumat dari Pukul 09.00-17.00 WIB.

UMMN

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Magang

Gambar 1.1. Diagram Proses Pencarian Kerja Magang Hingga Diterima di Perusahaan



Pertama – tama penulis menulis *Curriculum Vitae (CV)* atau daftar riwayat hidup untuk melamar pekerjaan ke perusahaan yang dituju dan diinginkan. Penulis juga mengisi formulir pengajuan kerja magang *KM-01* yang akan diserahkan kepada admin prodi ilmu komunikasi dan selanjutnya penulis mengajukan formulir tersebut yaitu *KM-02* sebagai acuan pembuatan surat pengantar kerja magang dari kampus yang ditujukan kepada beberapa perusahaan tempat penulis ingin melakukan kerja magang.

Penulis beberapa kali mencoba memasukan lamaran ke beberapa perusahaan media. Namun, tidak ada yang merespon. Hingga suatu ketika penulis mencoba untuk memasukan surat lamaran kepada perusahaan media CEM Media dan penulis mendapat balasan email yang berisikan undangan

untuk *interview* dan membicarakan pembagian kerja per tanggal 01 Juli 2015.

Setelah melewati proses *interview* dan mendapat persetujuan magang oleh pemimpin perusahaan, penulis diizinkan melakukan praktik kerja magang dan mendapat tanggung jawab dan bobot kerja yang sama dengan pekerja lainnya. Kemudian penulis mendapatkan surat tanda terima bahwa penulis sudah diterima sebagai pekerja magang di CEM Media.

Surat tersebut wajib penulis serahkan kepada admin prodi ilmu komunikasi dan BAAK untuk mendapatkan surat *KM-03* sampai dengan *KM-07* dimana surat tersebut berisikan kartu kerja magang, beberapa lembar absen harian dan mingguan untuk mencatat progress tugas – tugas yang dikerjakan oleh penulis, formulir penilaian kerja magang, hingga tanda terima penyerahan laporan kerja magang.

Penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, dan ilmu – ilmu yang sesuai dengan program Ubox *web-series* dari Andrian Kurniadi dan Cynthia Mesayu selaku *producer & director* program. Penulis membantu Andrian Kurniadi dalam membuat *storyboard*, membuat *list* peralatan dan perlengkapan yang akan dibutuhkan saat *shooting* dan *shooting behind the scene*.

Setelah menyelesaikan kerja magang hampir dua bulan lamanya, penulis diwajibkan untuk membuat laporan magang dan mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing sesuai dengan jurusan yang diambil oleh penulis. Kemudian laporan magang ini akan dipertanggungjawabkan dalam sidang magang.