



### **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

Salah satu bentuk komunikasi yang sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan adalah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat disampaikan dan diterima secara serentak dan sesaat. Berdasar pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi yang sangat luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan secara umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2000, h. 79).

Dewasa ini, perkembangan media komunikasi modern memungkinkan setiap orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi dengan mudah. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan. Media penyiaran seperti radio dan televisi merupakan contoh media massa yang efisien dalam mencapai *audiencesnya* dalam jumlah yang sangat banyak. Oleh sebab itu, media penyiaran memegang peranan yang penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa (Morissan, 2008, h. 13).

Saat ini, televisi dapat dikatakan sebagai media komunikasi massa yang sangat populer. Dari sinilah maka timbul komunikasi massa media televisi. Komunikasi massa media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator

dengan komunikasi (*audience*) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Dalam komunikasi massa media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks dan pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat *transitory* (hanya meneruskan), maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut hanya dapat didengar dan dilihat sekilas. Pesan-pesan televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (*audio visual*) (Kuswandi, 1996, h.16).

Menurut Effendy (2000, h.79), pada hakikatnya televisi memiliki 3 fungsi dalam media komunikasi massa. Pertama, memiliki fungsi informasi. Dalam fungsi informasi, televisi dianggap sebagai media massa yang mampu memuaskan pemirsa di rumah jika dibandingkan media lain. Kedua, televisi memiliki fungsi dalam hal pendidikan. Sesuai dengan makna pendidikan, televisi juga dapat berperan untuk meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat melalui tayangan yang disiarkan. Ketiga, fungsi hiburan. Televisi berfungsi untuk menghibur pemirsanya karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar yang hidup beserta suara yang bagaikan kenyataan dan dapat dinikmati oleh semua khalayak yang sekalipun tidak mengerti bahasa asing dan bahkan tuna aksara.

Indonesia sendiri telah mengalami perkembangan yang pesat dalam dunia pertelevisian sejak awal tahun 90-an, bersamaan dengan pemerintah yang telah memberikan izin siaran nasional bagi televisi swasta. Stasiun televisi yang pertama hadir di Indonesia yaitu TVRI perlahan mulai menemukan pesaingnya dari kalangan swasta. Stasiun televisi swasta yang mulai bermunculan ketika itu

antara lain RCTI, SCTV, ANTEVE, TPI, Indosiar kemudian menyusul Trans TV, Lativi, Metro TV dan TV7.

Semakin banyaknya stasiun televisi swasta yang bermunculan, mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat. Setiap stasiun televisi merancang programnya untuk memikat segmen khalayak tertentu yang akan menyebarkanluaskannya, sehingga orang lain yang semula tidak tertarik akan terdorong untuk menyaksikan tayangan yang banyak diperbincangkan (Rivers, 2004, h. 19).

Dalam tayangan televisi, Morrison (2008, h.207-218) membagi program acara menjadi 2 kategori, yaitu program informasi dan program hiburan. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya menambah pengetahuan (informasi) kepada khalayak audience. Program informasi terdiri dari berita keras (*straight news*, *feature*, dan *infotainment*) dan berita lunak (*current affair*, *magazine*, dokumenter, talkshow).

Sedangkan program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audience dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, dan permainan (game).

Untuk menanggapi persaingan program diantara banyaknya stasiun televisi di Indonesia, TRANS7 kemudian berusaha hadir sebagai stasiun televisi swasta yang menayangkan sejumlah program-program yang diharapkan mampu menarik minat *audience*. Salah satu usaha yang dilakukan oleh TRANS7 adalah dengan menayangkan program-program *feature* yang ringan namun menarik.

Menurut Morrigan (2008, h. 20), *feature* adalah program informasi yang bertujuan memberikan berita ringan dan disajikan secara menarik, sehingga juga bersifat menghibur. *Feature* mempunyai penyampaian informasi yang lengkap, karena terdapat penjelasan yang disajikan secara rinci, lengkap dan sangat mendalam. Yang disebut “menarik” dalam informasi *feature* adalah pemilihan topik bahasan informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, menyentuh hati, dan sebagainya. *Feature* sendiri terdiri dari banyak jenis yaitu *feature* yang bersifat *human interest*, sejarah, biografi, perjalanan, *feature* yang bersifat mengajarkan, *feature* yang bersifat ilmiah, dan *news feature* (peristiwa nyata).

Sumadiria (2005, h. 156) mengungkapkan bahwa kedudukan *feature* dalam media massa sangatlah penting sehingga ekistensinya tidak dapat tergantikan oleh produk jurnalistik lainnya. “Bahkan pada televisi, sajian aneka macam *feature* sudah menjadi keharusan yang tidak ditawar lagi.” (Sumadiria, 2005, h. 157).

Dari banyaknya program *feature* yang telah tayang di stasiun televisi, program Mancing Mania yang ditayangkan oleh TRANS7 hadir sejak tahun 2006 sebagai program *feature* dokumenter perjalanan yang mengambil tema tentang hobi memancing, khususnya *sport fishing*. Tujuan utama dari *sport fishing* sendiri adalah untuk berolahraga, bukan mendapatkan ikan sebanyak-banyaknya seperti yang dilakukan oleh para nelayan. Program berdurasi 30 menit yang dipandu oleh Dudit Widodo, Bayu Noer, dan Cepy Yanwar ini mengambil lokasi-lokasi memancing yang terdapat banyak ikan.

Dalam proses produksi program tayangan Mancing Mania di TRANS7 sebenarnya tidak ada perbedaan dengan alur proses produksi program televisi kebanyakan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Morrisan (2009, h. 270-271) bahwa proses produksi terdiri atas tiga bagian utama, yaitu :

- Tahap praproduksi atau perencanaan

Pada tahap ini, kegiatan dimulai dari pembahasan ide (gagasan) awal serta penyusunan rencana dan konsep yang akan menjadi pedoman proses produksi dan hasil akhir yang diinginkan.

- Tahap produksi

Pada tahap ini tim produksi akan mengumpulkan atau membuat elemen-elemen video/film yang dibutuhkan.

- Tahap pascaproduksi

Ini adalah tahap akhir dimana semua elemen video/film digabungkan dan diolah untuk menghasilkan karya akhir yang diinginkan.

Berdasarkan hal yang telah disebutkan di ataslah, penulis tertarik untuk mempelajari bagaimana stasiun televisi TRANS7 memproduksi sebuah program feature mingguan Mancing Mania. Selama proses kegiatan magang, penulis mendapat kesempatan untuk mempelajari cara kerja sebagai asisten produksi dalam program tersebut.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang yang dilakukan penulis antara lain:

- Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi strata 1 pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.
- Untuk mengaplikasikan teori dan ilmu-ilmu yang telah dipelajari di masa perkuliahan di dunia nyata.
- Mempelajari secara langsung tentang proses penyajian sebuah program televisi.
- Menambah ilmu, pengalaman dan kemampuan penulis sebagai persiapan sebelum memasuki dunia kerja yang sebenarnya.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mulai mengikuti kegiatan magang pada tanggal 10 Februari hingga 7 April 2016. Kerja magang dilakukan dalam jangka waktu dua bulan, terhitung 40 hari kerja, atau sebulan 20 hari kerja. Waktu masuk magang dimulai dari pukul 12.00 hingga 18.00 WIB atau selama 6 jam kerja setiap harinya. Penulis bekerja dari hari Senin sampai Jumat dalam seminggu.

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur serta tahap-tahap penulis diterima magang di TRANS7:

Penulis mendapat kabar bahwa ada posisi magang yang kosong di TRANS7 sebagai asisten produksi pada program Mancing Mania. Setelah memperoleh informasi tersebut, penulis langsung menghubungi

asisten produksi Mancing Mania yaitu Farid Hadibrata. Setelah dipastikan bahwa posisi yang dimaksud memang kosong, asisten produksi Farid Hadibrata menentukan jadwal untuk bertemu dan memulai kerja magang yaitu pada tanggal 10 Februari 2016.

Pada tanggal 10 Februari 2016, penulis mendatangi kantor TRANS7 yang berada di Jalan Kapten Tendean Kav 12-14A, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan untuk bertemu dengan Farid Hadibrata. Penulis kemudian menyerahkan Kartu Magang 2 yang merupakan perizinan pihak kampus bagi mahasiswa yang ingin melakukan kerja magang kepada pihak HRD TRANS7 untuk ditukar dengan surat keterangan penerimaan magang dari perusahaan. Surat keterangan penerimaan magang tersebut berguna untuk pengambilan Kartu Magang 3 hingga Kartu Magang 7 yang dibutuhkan penulis dari pihak kampus.

Pada hari pertama magang, penulis telah dijelaskan tugas-tugas yang harus dikerjakan setiap harinya hingga masa magang berakhir. Dimulai dari memperoleh naskah hingga melakukan pengecekan terhadap tayangan yang siap ditayangkan di televisi.

Sebelum periode magang selesai, penulis menyerahkan lembar penilaian yaitu Kartu Magang 3 sampai Kartu Magang 6 kepada Farid Hadibrata selaku asisten produksi dan pembimbing lapangan. Pada lembar penilaian tersebut, Farid Hadibrata berdasar keputusan Ahmad Fauzan selaku Produser, memberikan penilaian terhadap hasil kerja



penulis dan tanda tangan. Dengan ini menandakan masa magang selesai pada tanggal 7 April 2016.

Setelah kerja magang selesai, penulis melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing magang, yaitu Rony Agustino Siahaan. Bimbingan tersebut berguna bagi pengerjaan laporan magang penulis. Penulis pun mulai mengerjakan laporan magang sebagai wujud pertanggungjawaban penulis dalam mata kuliah magang.



UMN