



### **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

Informasi saat ini bergulir dengan cepat melalui berbagai macam media. Penyampaian pesan atau informasi dari sumber kepada khalayak (penerima) biasanya menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2005:122).

Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk memengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu (Baksin, 2006:21).

Siaran Televisi di Indonesia pertama kali dimulai pada tahun 1962. TVRI (Televisi Republik Indonesia) merupakan cikal bakal dunia penyiaran televisi di Indonesia, sehingga menjadi stasiun televisi nasional pertama di Indonesia. TVRI diresmikan oleh Presiden Soekarno dalam rangka penyelenggaraan Asian Games ke IV (Baskin 2006:15).

Kemudian pada tahun 1989, muncul stasiun televisi swasta pertama yang mengudara, yaitu Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Disusul dengan Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), ANTV, Indosiar. Setelah gerakan reformasi tahun 1998, industri media massa khususnya televisi semakin berkembang. Kebutuhan masyarakat akan informasi juga terus bertambah. Sehingga pada tahun 2000 muncul berbagai stasiun televisi swasta lainnya, seperti Metro TV, Trans TV, Trans7, Global TV dan TV One (Morissan, 2008 : 10).

Televisi memang menjadi salah satu media massa yang paling berpengaruh. Hal ini ditegaskan oleh Idy Ibrahim dan Hanif Suranto (1998:241) :

“Televisi merupakan salah satu sumber informasi normatif maupun sosial, bahkan merupakan sumber inspirasi tentang bagaimana memecahkan suatu

masalah atau mengambil keputusan. Sebagai salah satu sumber informasi, televisi bisa dikatakan berpengaruh karena efektivitas penyebaran pesan atau informasinya, pesona akan gambar dan suaranya (audio visual) serta kemampuan komunikatif yang sempurna.”

Sifat dan karakteristik dari televisi ini menumbuhkan banyaknya stasiun televisi swasta yang saling bersaing secara ketat untuk menciptakan isi siaran atau program-program yang dapat menarik banyak audiens.

Informasi yang disajikan dalam televisi dibagi menjadi dua bagian, yaitu *hard news (straight news, feature, dan infotainment)* dan *soft news (current affair, magazines, talk show, dan documentary)* (Morissan, 2008 : 211-212). Penyampaian informasi melalui media massa seperti televisi, akan dikemas secara menarik agar pesan dapat tersampaikan dan juga dapat menarik *audience*. Salah satunya adalah informasi bersifat *soft news* dengan penyampaian melalui *talk show*, yaitu

“... program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.” (Morissan, 2008 : 212)

Dalam mengemas informasi dalam suatu program termasuk *talk show*, tentunya memiliki beberapa tahapan yang harus dilalui. Seperti yang disebutkan dalam buku Teknik Produksi Program Televisi (Wibowo, 2007:39), tiga tahapan produksi yang dijadikan *standart operation procedure (SOP)* :

a) Pra-Produksi

Tahapan pertama ini adalah tahap yang terdiri dari perencanaan dan persiapan dari produksi, seperti menemukan gagasan atau ide awal, mempersiapkan naskah, biaya produksi yang dikeluarkan, mencari *talent* dengan melakukan *casting, rehearsal*, dan lain-lain agar persiapan matang dan siap untuk dieksekusikan.

b) Produksi

Tahap produksi ini adalah tahap pelaksanaan semua perencanaan dan persiapan yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya. Jika program

yang diproduksi merupakan rekaman (*taping*) maka shot dan waktu per segmen akan dicatat agar memudahkan proses selanjutnya, yaitu editing. Sedangkan program yang memiliki format siaran langsung atau *live* tidak memerlukan tahap editing.

c) Paska-Produksi

Tahap terakhir dalam memproduksi suatu program yaitu proses editing. Setelah program direkam, maka materinya akan diedit sesuai dengan konten dan durasi yang telah ditentukan. Setelah proses ini selesai, program siap untuk ditayangkan.

PT Media Televisi Indonesia (Metro TV) merupakan pionir stasiun televisi berita pertama di Indonesia. Namun mengikuti kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan, membuat Metro TV mengembangkan program-program acara yang dikemas lebih menarik seperti *current affair*, *news magazine*, *bulletin* dan juga *talk show*.

Maka dari itu, Penulis selaku mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik, tertarik untuk mengajukan praktik kerja magang di stasiun televisi, yaitu Metro TV. Penulis tertarik untuk mengetahui dan terlibat langsung bagaimana sebenarnya proses kerja dalam mengemas informasi bermuatan berita pada suatu produksi program acara.

Penulis berkesempatan bergabung sebagai staf produksi di program *talk show* Mata Najwa. Ini menjadi peluang bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu jurnalistik dan *broadcasting* yang diperoleh saat kuliah dalam industri media.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan praktik kerja magang di Metro TV antara lain :

- 1) Mengaplikasikan teori yang sudah didapat saat perkuliahan dalam dunia kerja.
- 2) Mencari pengalaman bekerja di industri media sesungguhnya.

- 3) Mempelajari proses pra produksi, produksi dan paska produksi pada sebuah program *talk show*.
- 4) Mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja.

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

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

Penulis memulai praktik kerja magang di PT Media Televisi (Metro TV) pada tanggal 6 Januari 2014 hingga 23 April 2014 sebagai staf produksi pada program *talk show* Mata Najwa. Jam kerja penulis setiap hari Senin sampai Jumat, dari pukul 10.30 WIB. Jam pulang kerja disesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan.

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

Kerja magang di PT Media Televisi Indonesia atau yang dikenal dengan Metro TV ini, dilakukan selama 3 bulan. Dimulai dari Januari 2014 hingga April 2014.

Berawal dari mengikuti akun salah satu dosen UMN, @ignharyanto dan akun @KampusUpdate di salah satu media sosial. Penulis mendapatkan informasi dari kedua akun ini, bahwa akun @MataNajwa menginformasikan sedang mencari anak magang. Saat itu Penulis sedang menunggu waktu sidang skripsi dan berniat untuk mulai mencari tempat magang.

Kemudian Penulis pun mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) via *e-mail* langsung ke Mata Najwa. Setelah sekitar 2 minggu, penulis dihubungi oleh salah satu *crew* Mata Najwa untuk datang menghadiri wawancara dengan Produser Mata Najwa. Setelah melewati proses wawancara, beberapa hari kemudian penulis dikabari untuk memulai praktik kerja magang pada 6 Januari 2014.