



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

Dalam studi komunikasi dikenal adanya saluran komunikasi. Menurut Berlo dalam Wiryanto (2000: 6) saluran komunikasi menyangkut semua peralatan mekanik seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi dan internet yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan komunikasi massa.

Penyampaian informasi dengan menggunakan media terbagi atas dua yaitu melalui media massa dan non-media massa. Saluran komunikasi melalui media massa terbagi juga atas dua yaitu media massa periodik dan media massa non-periodik. Media televisi termasuk dalam media massa periodik atau media massa elektronika (Morissan, 2008: 5).

Kelebihan dari media massa elektronik khususnya televisi adalah bisa menembus ruang dan waktu, sehingga informasinya sangat cepat dan serempak. Selain cepat, pesan-pesan juga disertai gambar hidup yang berwarna sehingga menarik untuk ditonton oleh pemirsa (Cangara, 2009: 377).

Menurut Morissan (2008: 25-28) program informasi dalam media televisi dibagi menjadi dua bagian besar yaitu *hard news* (*straight news*, *feature*, dan *infotainment*) dan *soft news* (*current affair*, *magazine*, *documenter*, dan *talk show*).

Menurut Lasswell dalam Zubair (2014: 212) fungsi media massa dibagi menjadi tiga yaitu, pengawasan terhadap keadaan lingkungan, menghubungkan bagian-bagian masyarakat dalam merespon lingkungan, dan mentransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Televisi termasuk salah satu media massa yang menggunakan ranah publik dalam operasinya, selama ini sebagian besar masih dimanfaatkan oleh kalangan bisnis

yang mengembangkan industri media. Sebagai sebuah industri dan didasari oleh kepentingan bisnis yang terlanjur menyedot investasi modal yang sangat besar industri media menjadikan kepentingan pasar di atas segalanya (Maryani, 2011: 1).

Selain untuk kepentingan bisnis, media juga dipakai untuk kepentingan politik sebagai alat untuk memperluas dukungan para politisi. Menurut McNair dalam Cangara (2009: 345-346) televisi memiliki peran yang sangat besar dalam pertumbuhan iklan politik. Oleh karena itu, televisi merupakan media yang paling banyak meraup keuntungan dari kampanye politik dan membesarkannya sebagai bisnis penyiaran.

Berbagai kepentingan dari pihak media pun, membuat para pekerja media dituntut untuk terus kreatif dan tunduk pada pemilik media. Program informasi di televisi oleh pekerja media televisi dikemas sebaik dan semenarik mungkin untuk menarik perhatian penonton. Program informasi yang bersifat *soft news* biasanya dikemas dengan baik dan lebih mendalam karena biasanya topik yang dibahas adalah topik yang sudah pernah diberitakan di *hard news* kemudian diangkat kembali. Salah satu contoh informasi *soft news* adalah *talk show*.

Talk show atau perbincangan adalah 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: 28).

Dalam membuat suatu program di televisi dikenal ada proses produksi yang terdiri dari pra-produksi, produksi, dan paska-produksi. Pra-produksi adalah mencakup semua persiapan dan kegiatan sebelum masuk ke dalam proses produksi. Pada proses pra-produksi ini ada dua tahap yaitu tahap pertama berupa dimulai dari mencari ide hingga mengubah ide tersebut menjadi sebuah konsep untuk dituang dalam sebuah skrip. Pada tahap kedua *crew* mempersiapkan peralatan diperlukan selama proses produksi, seperti menentukan lokasi, *crew* dan peralatan yang

diperlukan untuk proses produksi. Kegiatan yang termasuk dalam proses produksi dimulai ketika masuk ke dalam studio dan urutan acara yang dibuat melalui skrip tadi dipraktikkan dan direkam. Kemudian pasca-produksi adalah kegiatan yang terdiri dari *editing* gambar dan suara (Zettl, 2009: 4).

PT Lativi Mediakarya (*tvOne*), banyak menayangkan program *News & Sport*. Selain itu, untuk mendukung program-program yang ada *tvOne* juga menghadirkan program-program tambahan lainnya seperti *current affair*, *news magazine*, dan *talk show*. Dalam menyampaikan informasi *tvOne* lebih cepat, bahkan informasi yang dihadirkan sesuai *taglinennya* “Memang Beda” membuat *tvOne* beda dengan televisi lainnya dalam hal pemberitaan.

Menurut situs *tribunnews.com* (4 Juli 2014) berdasarkan survey AC Nielsen, *tvOne* menjadi televisi berita nomor satu berdasarkan target *audience* 15+ ABC1, periode Januari - 25 Juni 2014 di 10 kota di Indonesia. Hal yang sama juga berlaku untuk berita *prime time* dan *non prime time* program, *tvOne* selalu menjadi nomor satu. Bahkan program *talk show* di *tvOne* mendominasi *top 10 talk show* di pertelevisian Indonesia. Dalam periode survei yang sama, *tvOne* menjadi televisi nomor satu untuk segmen olahraga melalui program tinju. Target *audience* survei tersebut 30+ AB di 10 kota di Indonesia.

Untuk itulah penulis merasa tertarik untuk mengajukan praktik kerja magang di *tvOne*. Penulis ingin terlibat langsung dalam proses produksi dan untuk mengetahui mengapa *tvOne* sering menayangkan berita yang berbeda dengan televisi lainnya. Penulis pun oleh bagian *Human Capital Directorate* (HCD) *tvOne* ditempatkan di Divisi *News Magazine/Current Affair*, Departemen *News Talk Show*, pada Program DEBAT. Ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk bisa bertanya dan mempraktikkan berbagai teori yang penulis pelajari selama menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang di *tvOne* adalah :

- 1) Mengetahui proses kerja di lapangan yang sebenarnya
- 2) Menerapkan teori dan apa yang didapatkan selama mengikuti perkuliahan di kampus, khususnya adalah untuk mengetahui bagaimana media yang dimiliki oleh individu/kelompok tertentu digunakan untuk menjalankan kepentingannya.
- 3) Mempelajari proses produksi (pra-produksi, produksi, dan paska-produksi) di *news talk show*.
- 4) Mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja setelah lulus nanti
- 5) Melatih diri untuk bisa cepat berbaur, bekerja sama, dan menjaga hubungan baik dengan anggota tim.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Kerja magang dilakukan penulis selama dua bulan di *tvOne*, mulai dari 3 Juli sampai 3 September 2014. Tiap harinya, karyawan termasuk penulis masuk kerja sesuai ketentuan kantor yaitu mulai pukul 10.00 WIB sampai 17.00 WIB. Sistem masuk kantor di *tvOne* khususnya Divisi *News Magazine/Current Affair*, Departmen *News Talk Show*, bisa dibilang fleksibel tergantung kebutuhan pekerjaan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang di *tvOne* dilakukan oleh penulis selama dua bulan. Dimulai dari Juli 2014 hingga September 2014.

1. Awalnya, penulis mencari info lowongan magang di media sosial, seperti *facebook* dan *twitter*.
2. Penulis mengisi *form* KM01 untuk pengajuan kerja magang.

3. Penulis diberikan *form* KM02 berupa surat pengantar kerja magang oleh admin Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Penulis meminta bantuan ke bagian *Career Development Centre* (CDC) dari pihak Universitas dengan harapan proses pendaftaran bisa lebih cepat.
5. Penulis berinisiatif untuk datang langsung ke kantor *tvOne* yang berada di Kawasan Industri, Pulogadung, Jakarta Timur, untuk mendaftar magang.
6. Penulis oleh bagian HCD *tvOne* diterima untuk magang dan ditempatkan di program *news talk show* DEBAT.
7. Penulis memulai praktik kerja magang pada tanggal 3 Juli 2014.
8. Penulis juga mendapatkan *ID Card* selama melakukan praktik kerja magang di *tvOne*.
9. HCD *tvOne* membuat surat keterangan diterima magang dari perusahaan yang ditujukan kepada bagian Program Studi Ilmu Komunikasi dan BAAK Universitas Multimedia Nusantara.
10. Pihak BAAK memberikan form KM-03 sampai KM-07 yang digunakan saat penulis melaksanakan praktik kerja magang.

UMMN