



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

Ilmu komunikasi massa memegang peranan sangat penting dalam ilmu komunikasi. Penggunaan media yang mampu menyampaikan pesan kepada khalayak luas menjadikan komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi (Morissan, 2008 : 14).

Seiring dengan perkembangan teknologi, medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi massa semakin beragam. Di antara ragam platform yang ada, yakni media cetak dan elektronik, televisi menjadi salah satu yang paling menonjol.

Menurut J.B. Wahyudi (1992), sebagaimana dikutip oleh Morissan dalam buku *Manajemen Media Penyiaran* (2008 : 11), televisi memiliki sifat-sifat sebagai berikut :

- 1) dapat didengar dan dilihat bila ada siaran (audiovisual),
- 2) dapat dilihat dan didengar kembali bila diputar kembali,
- 3) daya rangsang sangat tinggi,
- 4) elektris,
- 5) biaya mahal,
- 6) dan daya jangkau luas.

Jenis media audio visual yang ditawarkan oleh televisi, membuat masyarakat harus tetap terpaku hampir kira-kira enam jam sehari di depan layar kaca (Suprpto, 2013 : 1). Selain itu, televisi memberi banyak kemungkinan ilustrasi visual, kaya akan tata gerak, tata warna, dan berbagai bunyi suara (Wibowo, 2007 : 19). Perpaduan antara audio dan visual seolah memanjakan mata khalayak sehingga tidak jenuh. Hal tersebut berbeda dengan media cetak yang hanya menyuguhkan visual dan radio yang hanya menyiarkan audio.

Sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk ke dalam tubuh, media massa amat perkasa memengaruhi penerima pesan (Morissan, 2008 : 15). Dalam konteks tersebut, televisi sebagai bagian dari kebudayaan audio visual merupakan medium yang paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas (Wibowo, 2007 : 1). Dengan demikian, bagi khalayak, TV adalah teman, cermin perilaku masyarakat, dan dapat menjadi candu (Morissan, 2008 : 1).

Kehausan manusia akan informasi, membuat keberadaan media massa tidak pernah mati. Ketergantungan masyarakat akan media massa tersebut dianggap sebagai industri yang sangat menjanjikan bagi para pemodal stasiun-stasiun televisi swasta. Ditambah lagi, terbitnya SK Menteri Penerangan RI Nomor : 190A/Kep/Menpen/1987 tentang saluran siaran terbatas semakin membuka peluang bagi televisi swasta untuk beroperasi (Suprpto, 2013 : 19). Akibatnya, perusahaan televisi swasta semakin menjamur.

Dalam dunia jurnalistik, program informasi terdiri dari dua bagian besar, yakni berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). *Hard news* adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak secepatnya. Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit (*breaking news*) bahkan hingga satu jam. Berita keras dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk, yaitu *straight news*, *feature*, dan *infotainment*. *Straight news* merupakan jenis berita yang hanya menyajikan informasi terpenting saja mencakup 5W+1H (*what, where, when, who, why, dan how*). *Feature* merupakan sisi lain dari *straight news* yang lebih menekankan sisi *human interest*. Sementara itu, *infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan selebriti (Morissan, 2008 : 219-220)

Lebih lanjut, dalam buku *Manajemen Media Penyiaran* (2008 : 221-222), Morissan menjelaskan, *soft news* adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam. Program yang termasuk ke dalam

kategori berita lunak ialah *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*. *Current affair* atau persoalan kekinian merupakan program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. *Magazine* merupakan program yang sama dengan *feature* dengan durasi yang lebih panjang dan mendalam. Sementara itu, dokumenter merupakan program informasi yang bertujuan untuk pendidikan namun dengan penyajian yang lebih menarik.

Talk show adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara. Narasumber yang diundang merupakan orang-orang berpengalaman langsung dengan peristiwa yang diperbincangkan atau ahli dalam masalah yang tengah dibahas (Morissan, 2008 : 222). Program *talk show* merupakan alternatif mengemas informasi melalui dialog bersama narasumber yang kompeten di bidangnya. Untuk mencegah kejenuhan penonton, dalam *talk show* kerap diselengi dengan video paket. *Talk show* biasanya berdurasi 30 menit sampai dengan satu jam.

Kompas TV saat ini berdiri sebagai salah satu media di Indonesia yang keberadaannya tidak bisa dianggap remeh. Pada momen terpenting dalam sejarah Indonesia yakni Pilpres 2014, Kompas TV turut andil dalam dengan menyajikan program khusus, “Indonesia Satu”. Tak hanya itu, Kompas TV juga menjadi salah satu media yang menggelar debat keempat Capres dan Cawapres. Diakui oleh banyak pihak, termasuk Tim Pemenangan Prabowo-Hatta saat itu, Kompas TV menjadi media terbaik yang menggelar acara tersebut.

Melalui slogannya “Inspirasi Indonesia” Kompas TV berkomitmen untuk menyajikan tayangan-tayangan berkualitas. Program-program *soft news* Kompas TV tak bisa dianggap remeh, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Konten program tayangan Kompas TV menekankan eksplorasi Indonesia mulai dari kekayaan alam, khasanah budaya, dan prestasi rakyat Indonesia. Di tengah

persaingan industri televisi komersial yang semakin ketat, Kompas TV berusaha tetap berada pada koridor visi misi untuk menyajikan tayangan inspiratif dan informatif dengan kemasan menarik bagi keluarga Indonesia.

Perkembangan industri televisi mendorong penulis melihat peluang menjanjikan sehingga penulis memiliki minat mendalam di dunia pertelevisian. Tak hanya itu, kualitas yang dimiliki oleh Kompas TV tersebut, mendorong penulis untuk bekerja magang di perusahaan yang berdiri tahun 2008. Bekerja pada divisi *News Magazine* Kompas TV sebagai *production assistant*, penulis tidak hanya mengenal dunia peliputan, tetapi juga keseluruhan proses penyiaran, mulai dari persiapan hingga pendistribusian informasi. Dengan demikian, kesempatan menimba ilmu di Kompas TV seolah membuka pandangan penulis lebih luas tentang dunia jurnalistik, khususnya pertelevisian.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Pada dasarnya, kerja magang dilaksanakan bertujuan agar penulis mampu mengembangkan pengetahuan dan kemampuan melalui pengaplikasian ilmu yang telah dipelajari di kampus pada dunia kerja. Menurut Tommy Suprpto (2013 : 49), bekerja di dunia penyiaran, tidak hanya cukup sekadar menguasai teori, tetapi juga harus mampu diaplikasikan. Sebaliknya, kemampuan praktik atau pun pengalaman tidak cukup apabila tidak dilandasi oleh teori-teori yang relevan.

Dengan demikian tujuan dilaksanakannya praktik kerja magang ialah sebagai berikut :

1. Mengaplikasikan ilmu tentang proses jurnalistik yang telah diperoleh selama masa perkuliahan
2. Mendapatkan gambaran dunia kerja sesungguhnya di Kompas TV yang berguna bagi karier selanjutnya
3. Mengembangkan pengetahuan tentang jurnalistik melalui pengaplikasian ilmu dalam kerja magang
4. Mengasah kemampuan di bidang jurnalistik secara lebih tajam

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses kerja magang yang telah dilalui penulis ialah dua bulan, terhitung sejak 1 Juli 2014 sampai dengan 1 September 2014. Waktu tempuh tersebut sesuai dengan prosedur dan syarat universitas, yakni dua bulan minimum. Dalam seminggu, penulis bekerja selama lima hari, yakni Senin, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu/Minggu. Minimal sembilan jam kerja dalam sehari juga berlaku bagi penulis, sama dengan karyawan lainnya. Namun, hal tersebut dapat berlaku fleksibel karena ketepatan konten dan waktu *deadline* yang menjadi ukuran.

Menjelang masa kerja magang yang ditentukan oleh pihak kampus, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* melalui *email* kepada *Human Resources Development (HRD)* Kompas TV pada 22 April 2014. Kemudian pada 28 April, penulis dihubungi oleh *HRD* Kompas TV, Yossa Prawira untuk melakukan proses wawancara. Proses wawancara berlangsung keesokan harinya, yaitu 29 April di Gedung Kompas TV bersama Yossa Prawira. Setelah melalui proses wawancara, penulis dinyatakan diterima sebagai pekerja magang yang akan dimulai pada bulan Juli.

Selama dua bulan pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *news magazine* program *Satu Meja* sebagai *production assistant*. *Satu Meja* merupakan program *talk show* berdurasi satu jam, yang dipandu oleh seorang *Host* Tascha Lidumila dan membahas topik terkini (*current issue*) tentang politik, hukum, ekonomi, dan sosial. Penulis dibimbing oleh Eksekutif Produser Irena Pretika, Produser Nur Wijaya Kesuma, serta dua *production assistant* lainnya Adhvidya dan Danu Nurdin. Sebagai *production assistant*, penulis bertanggung jawab atas keseluruhan proses, mulai dari tahap perencanaan sampai dengan penayangan program. Penjelasan lebih rinci mengenai tugas penulis, dituangkan dalam bab III laporan ini.