



### **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 ternyata mampu diikuti dengan ikut berkembangnya perkembangan teknologi. Perkembangan ini ternyata diikuti juga disektor teknologi komunikasi. Tidak dapat dipungkiri, komunikasi adalah hal yang sangat penting dan bahkan tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia. Menurut Everett M. Rogers, Komunikasi adalah proses suatu ide atau informasi yang dialihkan dari satu sumber kepada satu atau banyak penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Untuk memenuhi tujuan perpindahan informasi antar khalayak tentu diperlukan media yang menghubungkannya, salah satunya adalah media massa.

Menurut Bittner dalam Rakhmat, (2009) komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Wilbur Schramm menyatakan dalam Wiryanto, (2000), komunikasi massa berfungsi sebagai decoder, interpreter dan encoder. Komunikasi massa mendecode lingkungan sekitar kita, mengawasi kemungkinan timbulnya bahaya, mengawasi terjadinya persetujuan dan juga efek dari hiburan. Lebih lanjut, komunikasi massa menginterpretasikan hal-hal yang di terima sehingga dapat mengambil kebijakan terhadap efek dan menjaga berlangsungnya interaksi antar khalayak. Komunikasi massa juga membentuk pesan-pesan yang memelihara hubungan kita dengan masyarakat lain serta menyampaikan kebudayaan baru kepada anggota-anggota masyarakat.

Media massa terbagi menjadi dua macam, yaitu media cetak, seperti koran, buku dan majalah, dan media elektronik, seperti televisi, radio, dan juga internet (Biagi, 2010). Televisi merupakan salah satu media elektronik yang strategis. Melalui kelebihanannya yang mampu menampilkan gambar bergerak dan suara, televisi menjadi salah satu media yang sulit untuk ditinggalkan oleh

manusia. Melalui fitur video dan audionya, pesan yang ditujukan menjadi lebih cepat dan lebih menyenangkan karena lebih menarik. Hal ini pula yang menjadikan media ini disebut sebagai salah satu penyampai pesan yang paling efektif.

Walaupun kehadirannya kini mulai teralihkan dengan hadirnya perangkat *smartphone*, nyatanya televisi tetap menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari manusia. Menurut Lutfia (2011) seperti yang dikutip dari <http://www.beritasatu.com/budaya/19641-orang-indonesia-4-5-jam-menonton-tv-tiap-hari.html>, sebagian besar penduduk Indonesia, rata-rata menghabiskan waktu 4,5 jam setiap harinya untuk mengonsumsi tayangan televisi.

Menurut Baksin (2006), *booming* televisi dimulai dengan mengudaranya program RCTI pada tahun 1992 dengan bantuan *decoder*. Setelah diterimanya izin RCTI untuk mengudara pada tahun 1989, demam ini berlanjut dengan diterimanya izin siaran oleh televisi swasta lainnya, seperti TPI (Televisi Pendidikan Indonesia- kini menjadi MNC TV), SCTV (Surya Citra Televisi Indonesia), AN TV, Indosiar, Metro TV, TV 7 (kini menjadi Trans 7), Trans TV, Lativi (kini menjadi TV One), Global TV.

Seiring dengan perkembangan zaman, televisi-televisi ini semakin bersaing untuk mendapatkan penonton dan juga pengiklan. Persaingan ini membuat para pemilik dan pengasuh televisi harus memutar otak agar dapat membuat penonton tetap tinggal di saluran mereka.

Munculnya ide ini membuat para televisi bersaing untuk mendapatkan rating tertinggi. Selain itu, informasi yang diberikan kepada masyarakat juga menjadi semakin beragam, mulai dari berita, sinetron, film, komedi, kuis, *reality show*, *talk show*, *game show*, dan lainnya.

Menurut Peter Herford, seperti yang dikutip dari Morissan (2008), setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan seperti film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya tetapi siaran berita merupakan program yang mengidentifikasi suatu stasiun tv kepada pemirsanya. Di Indonesia, hampir

setiap stasiun televisi memiliki program berita yang juga menjadi ciri khas dari televisi tersebut, seperti *Seputar Indonesia* di RCTI dan *Liputan 6* di SCTV.

Di tengah hiruk-pikuk dalam mencari kue iklan, muncullah DAAI TV pada Mei 2007 di Medan dan disusul dengan DAAI TV Jakarta pada Agustus 2007. Walaupun memiliki fungsi memberikan informasi kepada masyarakat seperti halnya dengan stasiun TV lainnya, DAAI TV hanya menyampaikan berita-berita ringan seperti *soft news*. Menurut Morissan (2008), berita lunak atau soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Hal ini seiring dengan tujuan DAAI TV yang berfokus kepada unsur *human interest* yang mengutamakan ajaran kebaikan dan cinta kasih terhadap sesama. Sesuai dengan visinya, DAAI TV ingin menghadirkan tayangan-tayangan yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat.

*House and Living*, *Kreasi Dapur Sehat* dan *Profesiku Profesimu* merupakan program talkshow DAAI TV, dimana penonton bisa mendapatkan banyak informasi mulai dari berkreasi dengan barang-barang bekas, membuat hidangan lezat dan bergizi, membuat kudapan, sampai insprasi mengenai pekerjaan apa yang nantinya akan digeluti oleh anak-anak.

Menurut Denny Ardika, pada Peran Tim Kreatif Dalam Proses Produksi Mtv Insomnia Di Global Tv tahun 2009, berjalannya sebuah program televisi, tidak lepas dari usaha yang dihasilkan oleh tim kreatif dan tim produksi. Peran tim kreatif sangat penting karena tim kreatif harus mempunyai suatu ide atau tema yang akan dituangkan ke dalam rundown dan script. Dari mulai video clip apa yang akan ditayangkan, *wardrobe*, *property* dan *gimmick* yang sesuai dengan konten tema pada episode tersebut.

Sedangkan tim produksi bertugas mengarahkan semua bagian pengisi acara, mulai dari Produser, *Production Assistant*, *Host*, Bintang Tamu, *Floor Director*, *Program Director*, *Music Director*, dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam proses produksi dengan mengaitkan tema atau konten yang telah dibuat

untuk episode tersebut agar dalam proses produksi tidak terjadi banyak hambatan. Terakhir, hanya akan ada sedikit peran tim kreatif pada saat proses pasca produksi, kecuali apabila ada konten – konten yang membutuhkan tim kreatif seperti konten disaat adanya liputan, tambahan grafis, ataupun *Voice Over*.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Adapun maksud dan tujuan dari pelatihan kerja magang ini adalah sebagai berikut :

- Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi jurusan Jurnalistik di Universitas Multimedia Nusantara.
- Melihat dan belajar secara langsung bagaimana proses penyajian berita televisi khususnya program *House and Living*, *Kreasi Dapur Sehat* dan *Profesiku Profesimu* di DAAI TV.
- Menambah ilmu dan kemampuan dalam bidang Jurnalistik terutama dalam proses riset, meliput, editing hingga menyetorkan paket.
- Mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan yang sudah diperoleh di bangku kuliah serta membandingkan dengan apa yang ada dan terjadi di lapangan.
- Melatih mental dan kemampuan penulis sebagai persiapan untuk memasuki dunia kerja yang sebenarnya di masa depan.

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

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

Penulis melaksanakan kegiatan kerja magang sebagai asisten produksi di PT. Duta Anugerah Indah (DAAI TV) yang berlokasi di Boulevard Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara pada tiga program, yaitu *House and Living*, *Kreasi Dapur Sehat* dan *Profesiku Profesimu*. Waktu

pelaksanaan kerja magang yang penulis tempuh adalah tiga bulan, dimulai sejak 15 Juli sampai dengan 16 Oktober 2013. Mengikuti dengan jam kerja di perusahaan, penulis bekerja dari hari Senin hingga Jumat, dari pukul 08.30 hingga 17.30. Namun, apabila ada kebutuhan untuk proses produksi diluar hari dan waktu itu, penulis tetap aktif melakukan kegiatan kerja magang.

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

Sebelum melaksanakan kerja magang, penulis mendapat bimbingan kerja magang yang dilaksanakan oleh pihak kampus. Dalam kesempatan itu, penulis diajarkan mengenai prosedur apa saja yang harus dipenuhi selama proses kerja magang.

Sebelum memilih tempat kerja magang, penulis banyak berkonsultasi kepada teman-teman mahasiswa dan beberapa dosen. Melalui proses konsultasi inilah, penulis mendapatkan inspirasi mengenai tempat kerja magang yang akan penulis pilih. Awalnya, penulis ragu untuk memilih bidang *broadcasting*, terutama televisi. Hal ini dikarenakan ruang kerja televisi yang tidak terbatas dan proses kerjanya yang dinamis. Kemudian penulis memberanikan diri untuk pergi ke pameran media broadcast yang saat itu digelar di Kartika Expo BalaiKartini yakni “Indonesia Broadcasting Expo” pada tanggal 18 sampai 20 April 2013. Setelah itulah, penulis memberanikan diri untuk melamar di beberapa stasiun televisi dan radio yang bergabung dalam pameran tersebut.

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan tentang pengalaman magang yang didapat oleh senior, penulis memantapkan pilihan untuk bergabung bersama DAAI TV. Akhirnya, setelah melakukan rangkaian wawancara, penulis melaksanakan program kerja magang selama tiga bulan di *desk* talkshow dengan program House and Living, Kreasi Dapur Sehat dan Profesiku Profesimu. Selama melaksanakan kegiatan kerja magang ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman karena belajar