



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Industri media saat ini semakin ramai, salah satunya ialah media massa yang merupakan saluran, alat, atau fasilitas yang dapat dipergunakan sebagai salah satu proses komunikasi massa. Media massa memiliki peranan yang sangat penting. Menurut McQuail, perspektif di dalam suatu media massa, yaitu melihat media massa sebagai *window of events and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak untuk melihat apa yang sedang terjadi diluar sana. Media juga bisa menjadi sarana belajar untuk mengetahui beberapa peristiwa (Lamintang, 2013, p. 2).

Media massa elektronik, terutama televisi memiliki elemen yang berbeda dengan media massa cetak. Media massa televisi merupakan media audio visual. Terdapat elemen audio visual yang menjadi wujud ungkapan informasi atau berita di dalam media televisi (Wibowo, 2007, p. 100). Televisi merupakan salah satu medium yang paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai bertumbuh di masyarakat (Wibowo, 2007, p. 17).

Daya tarik televisi yang sangat luar biasa juga menimbulkan pengaruh yang sangat kuat akan dampak dari sebuah siaran televisi. Kekuatan untuk membentuk opini masyarakat secara global dan cepat dan menciptakan efek-efek yang luar biasa yang mampu mengubah dan mempengaruhi perilaku pemirsanya harus diimbangi dengan lahirnya kebijakan maupun etika dalam mengatur media ini agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya. (Harumiwati, Kholi, Ula, & Hakim, 2018, p. 36).

Siaran televisi seakan-akan memindahkan realitas ke hadapan penonton dan karena itu, penonton seakan-akan terlibat secara langsung atau “hadir sendiri” pada peristiwa tersebut meskipun kejadian dan tempat itu mungkin sangat jauh dari penonton. Sering kali peristiwa yang diliput oleh televisi tiba pada khalayak pada saat peristiwa itu sedang terjadi, sehingga derajat keterlibatan penonton dalam kejadian-kejadian yang bersangkutan sangat besar. Demikian pula banyak pendapat yang mengatakan, bahwa penonton televisi menjadi saksi visual tentang bermacam-macam kejadian yang timbul di sekeliling dunia. Televisi pada hakikatnya berfungsi juga memindahkan realitas dari satu tempat ke tempat lain (Unde, 2015, p. 12).

Menurut Roger Fidler setiap teknologi baru biasanya membutuhkan 30 tahun untuk dapat sampai diterima oleh sebagian besar masyarakat (Baksin, 2013, p. 53). Kalau petunjuk ini mau dipakai untuk perkembangan televisi di Indonesia yang mulai beroperasi pada tahun 1962, maka 1992 dengan munculnya beberapa stasiun televisi swasta sudah dapat membuktikan bahwa memang kurang lebih membutuhkan waktu 30 tahun untuk televisi dapat diterima dan berkembang di Indonesia ini.

Setelah kurang lebih 32 tahun masyarakat Indonesia dijejali dengan informasi ‘pesanan’ yang disiarkan lewat pemberitaan TVRI, tiba-tiba mereka disugahi beragam berita yang tidak melulu seremonial. Mulailah kebebasan mendapatkan informasi yang transparan berlaku di negara kita. Sampai akhirnya kita bisa memilih acara berita dari stasiun televisi manapun (Baksin, 2013, p. 27).

Dalam lingkup publik, televisi menjadi wadah untuk mengemukakan pendapat, melakukan perdebatan politik, kegiatan keagamaan, sarana informasi dan tentu saja sebagai sarana hiburan. Di Indonesia sendiri, ada salah satu stasiun televisi yang mempunyai orientasi atau menjadikan berita sebagai sajian utama, yaitu Metro TV. Dengan *tagline* “*Knowledge to elevate*”, Metro TV mempunyai visi menjadi sebuah stasiun televisi yang berbeda di Indonesia. Metro TV menyajikan program berita dengan format

yang bermacam-macam, *talk show*, debat, investigasi, komedi, dan sebagainya.

Metro TV mempunyai satu program yang berbeda dengan program lainnya. Program tersebut adalah *Think Tong*. Sebuah program berita yang dikemas dengan sentuhan komedi, dimana masyarakat diajak untuk membahas isu-isu yang tersebar dan menjadi bahan pembicaraan. Acara ini dikemas dengan santai, namun memiliki isi yang sangat informatif dan juga membuka wawasan masyarakat tentang permasalahan disekitar mereka.

Semakin berkembang industri televisi, maka semakin tampak pula variasi dan keberagaman tayangan berita. Masing-masing mempunyai keunggulannya sendiri-sendiri. Berbagai tayangan saat ini sudah ada di televisi. Masyarakat dapat memilih mana yang mau mereka tonton. Masyarakat tinggal menyaring dan mengambil informasi yang muncul di televisi. Namun celakanya, terkadang masyarakat begitu rentan dengan opini yang dibentuk oleh berita televisi (Baksin, 2013, p. 28).

Orang- orang yang berada di balik layar kaca televisi kerap kali diabaikan karena tidak terlihat. Padahal sebetulnya mereka memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu program acara. Setiap kru saling bekerja sama untuk dapat menghasilkan sebuah tontonan televisi yang dapat memikat hati pemirsanya. Salah satu divisi yang bekerja di balik layar ialah *floor director*. Ia memiliki peranan yang penting ketika sebuah program sedang live ataupun taping. *Floor director* adalah kru panggung yang bertugas “menghipnotis” penonton agar larut dalam suasana. Tugas lainnya, ia harus mengarahkan artis dan memastikan urutan acara berlangsung sesuai rencana atau urutan acara (Person, 2009).

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Metro TV adalah untuk memenuhi syarat kelulusan Strata satu (S1) di Universitas Multimedia

Nusantara yang dimana praktik kerja magang ini masuk ke dalam mata kuliah *Internship*. Selain itu, ada beberapa tujuan lain, diantaranya:

- a. Mengetahui cara kerja umum sebuah stasiun televisi swasta, khususnya divisi produksi *floor director* di Metro TV.
- b. Melatih bentuk kerjasama dalam kontribusi tim dan menambah *link* kerja.
- c. Memahami relasi kerja antara sesama rekan kerja dan pihak-pihak lainnya yang bekerja bersama penulis selama proses magang.

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

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

Penulis melaksanakan praktik kerja magang selama 3 bulan di Metro TV, terhitung setelah KM-02 keluar yaitu, 8 Agustus 2019 sampai dengan 31 Oktober 2019. Penulis memiliki waktu kerja yang tidak menentu setiap minggunya, disesuaikan dengan waktu *taping* dan juga *live* suatu program acara. Penulis dijadwalkan masuk selama lima hari dalam satu minggu. Jam kerja yang penulis lakukan selama satu hari bisa berkisar antara lima hingga delapan jam per hari, tergantung lamanya *taping* dan juga *live* suatu program dan juga terhitung dari waktu arahan dan persiapan.

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

Beberapa hal yang penulis lakukan sebelum melakukan praktik kerja magang, sebagai berikut:

- a. Sebelum mengajukan KM-01, penulis mencari beberapa media televisi yang membuka lowongan untuk *internship*.
- b. Kemudian penulis mendapatkan panggilan untuk magang di salah satu media televisi yaitu, Metro TV sebagai *floor director*. Setelah mendapat panggilan, kemudian penulis diberitahu kapan bisa mulai untuk melakukan magang.

- c. Penulis mengisi *form* KM-01 sebagai surat pengajuan kerja magang yang kemudian menunggu prosesnya sekitar 2-3 hari kerja.
- d. Penulis masih harus kembali lagi ke kampus untuk pengambilan KM-02 yang merupakan surat pengantar kepada perusahaan yang dituju (Metro TV)
- e. Penulis memberikan surat dari kampus kepada HRD Metro TV, kemudian besoknya surat dari Metro TV sudah bisa diambil dan diberikan kepada kampus.
- f. Setelah itu, pengambilan KM-03 dan seterusnya di BAAK.
- g. Setiap hari dan setiap minggu penulis mengisi daftar kehadiran dan juga apa saja yang penulis lakukan selama proses kerja magang di lembar KM yang sudah disediakan.