



### **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**

Kemunculan media massa di tengah-tengah masyarakat membuat keterikatan satu sama lain. Sampai saat ini pun masyarakat masih mengandalkan media massa untuk mencari informasi. Biagi (2015, h.2) mendukung hal ini dan mengatakan bahwa, “*mass media are everywhere you are.*” Berangkat dari kutipan tersebut sudah dapat dikatakan bahwa media massa sudah menjadi kebutuhan masyarakat setiap harinya. Selain menjadi sumber berita, media massa pun bisa berperan sebagai sumber hiburan, dan juga pembawa pesan persuasi (Vivian, 2008, h. 4).

Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran revolusi industri teknologi membuat cara masyarakat dalam memperoleh informasi dari media menjadi bermacam-macam. Munculnya revolusi industri mampu meningkatkan kecepatan, ukuran, dan efisiensi media dalam memberikan informasi bagi masyarakat. Hasilnya, muncul berbagai macam media dengan penyajian informasi yang berbeda-beda, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi (Rivers, Jensen, dan Peterson, 2013, h. 15-17).

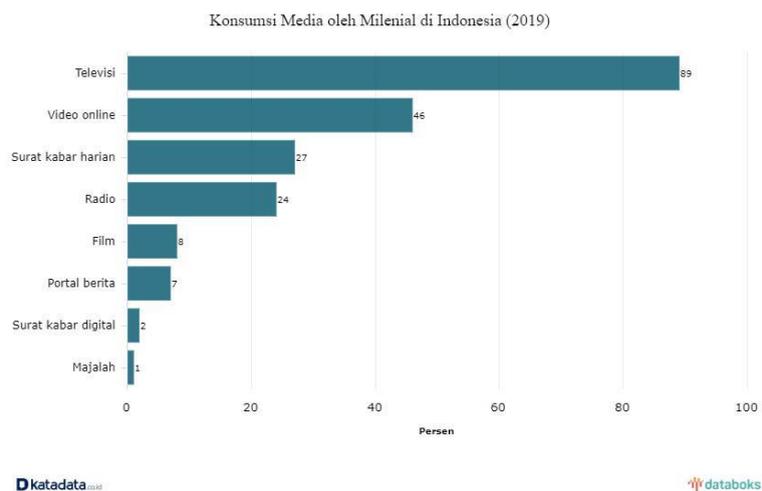
Kemunculan media televisi pada 1920 mengubah warna industri media yang hanya menyajikan informasi dalam bentuk tulisan, visual, maupun audio menjadi bentuk baru yang menyajikan teks, audio, dan visual secara bersamaan. Kehadiran televisi baru populer di masyarakat pada tahun 1940, pasca perang dunia kedua, walau pada saat itu masih menampilkan visual dengan warna hitam-putih. Siaran televisi berwarna baru bisa dinikmati sekitar tahun 1967, dan terus berkembang hingga saat ini. Mulai dari kualitas gambar dan suara bahkan ukuran televisi itu sendiri.

Televisi sendiri hadir di Indonesia pertama kali pada tahun 1962. Kala itu Soekarno mendirikan Televisi Republik Indonesia (TVRI) untuk

menyiarkan pesta olahraga terbesar se-Asia, Asean Games. Kemudian setelah Soekarno lengser dan diganti Soeharto, peran TVRI berubah menjadi alat pemerintah untuk memberitakan kinerjanya. Pasalnya segala pemberitaan yang ada tidak diatur dan tidak boleh berlawanan dengan pemerintah. Hingga pada tahun 1989 muncul stasiun televisi kedua di Indonesia, yakni Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), yang sekaligus membuka jalan bagi kemunculan televisi-televisi swasta lain salah satunya Metro TV yang pertama kali mengudara pada 25 November 2000. Kehadiran televisi-televisi swasta di Indonesia membuat masyarakat mempunyai beragam pilihan dalam menentukan tayangan apa yang ingin mereka saksikan sesuai dengan kebutuhan.

Daya tarik televisi yang luar biasa juga memiliki pengaruh yang kuat akan dampak dari sebuah siaran televisi. Kekuatan untuk membentuk opini masyarakat secara cepat dan masif serta mampu menciptakan efek yang besar dapat mengubah dan mempengaruhi perilaku penontonnya. Melihat dampak tersebut maka hal ini harus diimbangi dengan terciptanya kebijakan maupun etika dalam mengatur pemberitaan di media agar dapat berfungsi dan dipertanggung jawabkan sebagai mana mestinya (Akbar, 2017).

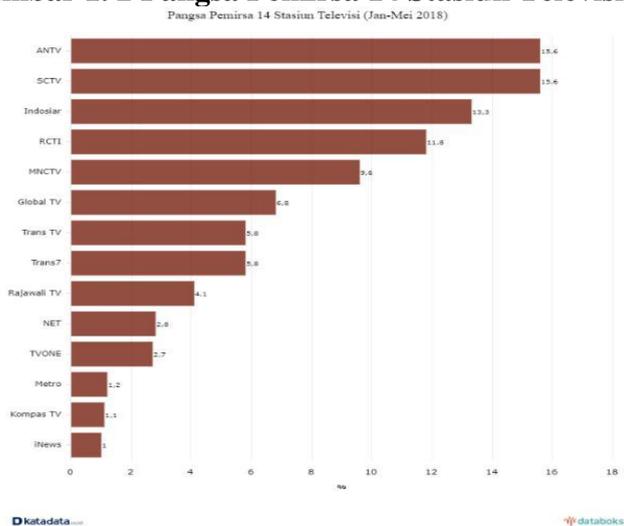
**Gambar 1. 1 Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia 2019**



*Sumber : (Databoks.co.id, 2019)*

Dari data di atas, terlihat bahwa televisi masih menjadi media yang digemari masyarakat Indonesia untuk mencari dan mendapatkan informasi, hiburan atau edukasi khususnya generasi milenial dengan presentase sebesar 89%. Hal ini juga menggambarkan bahwa televisi masih mendominasi kebutuhan informasi dan hiburan untuk masyarakat di era media digital.

**Gambar 1. 2 Pangsa Pemirsa 14 Stasiun Televisi 2018**



**Sumber : (Databoks.co.id, 2018)**

Dalam dunia jurnalistik, ada anggapan bahwa terdapat 3 tema yang dianggap pengelola media efektif untuk menarik perhatian khalayak dan dikenal dengan formula 3S, yakni sex (seks), scandal (skandal), dan sport (olahraga). Maka dari itu, jika sebuah media ingin laku di pasaran, setidaknya sebuah media harus menghadirkan konten dengan salah satu tema 3S (Muktiyo, 2011, h.18).

Hingga saat ini berita olahraga masih menjadi lahan utama bagi media untuk menjalankan fungsi jurnalisme. Kenyataannya olahraga memang dicintai oleh berbagai kalangan. Bahkan, peristiwa olahraga dapat menyatukan seluruh lapisan masyarakat, misalnya pertandingan sepak bola Antara Indonesia melawan Malaysia, olahraga mampu menyatukan seluruh bangsa Indonesia sebagai bentuk rasa nasionalisme (Kusumaningrat, 2006, h. 9-10).

Di dunia jurnalistik saat ini olahraga masih mampu menarik minat masyarakat dalam jumlah yang besar. Terlebih dalam event-event tertentu seperti Piala Dunia, Piala Eropa, Liga Champions, atau event olahraga dimana Indonesia ikut serta di dalamnya seperti bulutangkis. Hal ini membuat media akan memberi laman atau program khusus untuk membahas olahraga tersebut (Prastya, 2016, h.73). Di Metro TV hingga saat ini masih tetap menyediakan segmen untuk berita olahraga di program berita reguler, yakni di Metro Siang, Newslime, dan Metro Sport. Selain itu, Metro TV juga memiliki program talkshow olahraga yang khusus membahas seputar sepak bola di dalam maupun luar negeri, yakni Soccertime.

Dalam peliputannya, jurnalis olahraga harus mampu meringkaskan berita olahraga merupakan berita ringan. Maka dari itu, tak jarang seorang jurnalis olahraga akan memasukkan pemikiran dan pengetahuannya terhadap isu olahraga. Berita olahraga layaknya sebuah berita infotainment yang ghibingka dengan menempatkan seorang atlet sebagai artis yang mempunyai banyak sisi menarik (Junaedi, 2014, h. 84)

Sebagian besar jurnalis olahraga mendapatkan informasi tidak hanya dari liputan, tapi juga menggunakan sumber-sumber lain. Misalnya saja peserta pertandingan, cuplikan pertandingan, ofisial olahraga, pejabat-pejabat organisasi olahraga, bahkan penonton. Jurnalis olahraga juga harus bisa membuat sebuah berita berdasarkan data statistik sebuah pertandingan yang biasa disajikan (Kusumaningrat, 2005, h.209).

Maka dari itu, penulis yang melakukan praktik kerja magang di desk olahraga Metro TV tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana proses produksi berita olahraga yang ada di program berita reguler dan produksi pada program Soccertime. Penulis yang bekerja sebagai asisten produser pun belajar apa saja tugas dan fungsi dari seorang asisten produser dalam produksi sebuah berita dan program talkshow di televisi.

Penulis berharap dengan melakukan praktik kerja magang selama 3 bulan (60 hari kerja) , penulis dapat mengerti dan memahami proses produksi berita olahraga di program berita reguler dan produksi program

Soccertime, khususnya sebagai seorang asisten produser. Hal ini tentunya dapat menjadi bekal bagi penulis untuk terus berkembang menjadi jurnalis khususnya di dunia pertelevisian yang mungkin akan dipilih penulis nantinya saat memasuki dunia kerja.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Penulis melakukan praktik kerja magang dengan tujuan sebagai berikut.

1. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan dalam rangka mengaplikasikan ilmu jurnalistik yang sudah penulis dapat selama masa perkuliahan, khususnya dalam bidang media televisi.
2. Menemukan hubungan dan kecocokan antara pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan dengan dunia kerja, terutama teori dan konsep yang berkaitan dengan jurnalistik media televisi.
3. Mengetahui proses produksi berita olahraga di program berita reguler dan proses produksi di program *Soccertime*.

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

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

Penulis melakukan praktik kerja magang di perusahaan berikut.

Nama Perusahaan : PT Media Televisi Indonesia  
Nama Media : *Metro TV*  
Lokasi : Jl. Pilar Mas Raya, Kav A-D, RT 7/RW 13,  
Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta  
Barat, Jakarta 11520  
Waktu Magang : 3 bulan (60 hari)

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

Berikut adalah rincian prosedur pelaksanaan magang yang dilakukan penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang.

1. Penulis mencari kontak perusahaan yang dituju untuk melakukan praktik kerja magang. Perusahaan yang menjadi tujuan penulis adalah media cetak, televisi, dan media online karena sesuai dengan minat penulis.
2. Penulis kemudian mengajukan Kartu Magang 00 dan Kartu Magang 01 yang berisikan perusahaan-perusahaan media yang akan penulis tuju kepada Kepala Program Studi Jurnalistik dan Kepala Fakultas Ilmu Komunikasi untuk kemudian dibuatkan surat pengantar kerja magang.
3. Penulis kemudian mengajukan surat lamaran kerja magang berupa CV, portfolio, dan cover letter kepada perusahaan yang dituju, melalui email perusahaan. Salah satunya ke PT Media Televisi Indonesia (Metro TV).
4. Pada tanggal 19 September 2019, penulis mendapatkan balasan dari pihak HRD Metro TV, Eriza Nuravia. Kemudian ditanyakan via whatsapp apakah penulis bersedia untuk masuk ke desk sport. Penulis menyatakan kesediaannya untuk masuk ke desk sport dan diminta untuk langsung masuk dan menemui HRD pada tanggal 23 September 2019.
5. Setelah itu penulis kemudian bertemu dengan Eriza Nuravia ditanggal yang sudah ditentukan untuk pembuatan ID Card dan menerima surat pernyataan melakukan magang di Metro TV serta ketentuan selama melakukan kegiatan praktik kerja magang.
6. Di hari yang sama penulis langsung diantar menuju desk sport oleh Rohmah Eka yang juga HRD Metro TV dan dikenalkan dengan salah satu produser program sport

yang sekaligus menjadi pembimbing lapangan penulis selama menjalankan kegiatan praktik kerja magang, Olivia Marbun

7. Penulis kemudian menukarkan Surat Pernyataan Kerja Magang dari perusahaan kepada pihak universitas dengan form kartu kerja magang, form penilaian magang, form kehadiran kerja magang, dan form realisasi kerja magang.
8. Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Metro TV selama 60 hari kerja (3 bulan) berdasarkan tugas – tugas yang diberikan oleh Produser. Penulis mengerjakan tugas berupa rapat materi mingguan untuk program Soccertime ,penulisan naskah berita, pengumpulan gambar sebagai materi siaran, menghubungi narasumber untuk live by phone saat siaran, dan menghubungi reporter dan kontributor untuk melakukan peliputan
9. Setelah melaksanakan praktik kerja magang, penulis mendapatkan penilaian dari pembimbing lapangan, serta surat pernyataan telah menyelesaikan praktik kerja magang.
10. Penulis melakukan bimbingan dalam penulisan Laporan Magang bersama dosen pembimbing, yakni Samiaji Bintang.

