



### **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

Media massa adalah media informasi yang dimanfaatkan masyarakat untuk dapat saling terhubung, dikelola secara professional dan digunakan untuk dapat mencari keuntungan (Mondry, 2008, h. 12).

Menurut Bungin (2007, h.85), media massa merupakan institusi yang memiliki peran sebagai agen perubahan. Terdapat tiga peran media massa, yaitu sebagai media edukasi, media, media informasi, dan media hiburan.

Jenis media massa yang digunakan masyarakat dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu media cetak, media elektronik, dan media online (Mondry, 2008, h.12). Media elektronik terdiri dari radio dan televisi.

Televisi memiliki keunggulan tersendiri karena televisi menggabungkan dua unsur didalamnya yaitu audio (suara) dan visual (gambar) sehingga pesan yang disampaikan secara audio visual dapat dengan mudah diterima.

Perkembangan stasiun televisi swasta nasional di Indonesia semakin meningkat. Hal ini bermula ketika hadirnya RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) pada tahun 1989 dengan menggunakan sistem berlangganan. Dua tahun setelahnya, yaitu tahun 1991 RCTI mengudara secara nasional dan *free to air* atau dapat dinikmati secara gratis. Hal ini kemudian memelopori kemunculan beberapa stasiun televisi seperti, TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang berganti nama menjadi MNC TV, SCTV (Surya Citra Televisi), ANTV (Andalas Televisi), Indosiar, Trans TV (Televisi Transformasi Indonesia) dan beberapa stasiun televisi lainnya. Tercatat bahwa di Indonesia terdapat belasan stasiun televisi nasional dan beberapa stasiun televisi swasta lokal di beberapa kota besar di Indonesia (Sumartono, 2014, h.96).

Stasiun televisi berlomba-lomba untuk menyiarkan program-program yang bervariasi untuk menarik pemirsa. Isi siaran televisi didapatkan dari berbagai sumber, beberapa diantaranya adalah dengan memproduksi sendiri, stasiun jaringan, stasiun lokal, rumah produksi, perusahaan film besar, perusahaan

sindikasi, dan pemasang iklan (Morissan, 2008, h.260). Perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia mendorong tumbuhnya industri Rumah Produksi atau *Production House*. Stasiun televisi membutuhkan Rumah Produksi atau *Production House* untuk menciptakan karya-karya *audio-visual* yang dapat memukau penonton.

*Production House* tidak hanya mengurus soal penyuntingan video saja, tetapi juga diperlukan pengambilan gambar dan *shooting*. *Production House* juga memiliki tanggung jawab untuk membuat naskah, iklan, termasuk menyutradarai langsung pengambilan gambar (Komputer Wahana, 2008, h.3)

Morissan (2008, h. 266) membagi rumah produksi menjadi dua jenis yaitu *independent production companies* (IPC) dan rumah produksi khusus (*specialized production house*). IPC menjual programnya kepada stasiun televisi jaringan maupun stasiun lokal. Sedangkan rumah produksi khusus merupakan perusahaan yang hanya memproduksi satu jenis program saja.

Dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002, Pasal 36 Ayat (1) dijelaskan bahwa Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Maka hal inilah yang menjadi acuan dalam pembuatan konten di Rumah Produksi atau *Production House*.

Selain dalam memproduksi konten untuk acara televisi, Rumah Produksi atau *Production House* juga dapat memproduksi video klip, profil perusahaan, film pendek, dan iklan.

Penulis tertarik melakukan praktik magang di VIP Production House yang terletak di daerah Jalan Panjang 8A, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Karena VIP Production House dikembangkan untuk memperluas konten Kompas Gramedia Majalah yang bentuknya cetak ke bentuk *platform* lain seperti Program TV dan Web Video. Penulis ingin lebih memahami proses produksi di VIP Production House, yang sebelumnya hanya penulis dapatkan melalui perkuliahan. VIP Production memproduksi *TV Program*, *Custom Video*, maupun dokumentasi.

## 1.2. Tujuan Kerja Magang

Ada beberapa maksud tujuan yang ingin dicapai penulis dalam melakukan kerja magang, yaitu :

Pertama, kerja magang yang penulis lakukan adalah untuk memenuhi persyaratan akademis pada mata kuliah “internship” dengan bobot empat sks yang penulis tempuh di semester tujuh.

Kedua, penulis mendapatkan kesempatan dan pengalaman untuk terjun langsung merasakan kerja yang sesungguhnya di bidang professional. Dimana, penulis dituntut untuk cepat beradaptasi dan melakukan pekerjaan sesuai dengan perencanaan sehingga mendapatkan hasil yang maksimal.

Ketiga, penulis juga dapat memahami dan mengaplikasikan teori-teori perkuliahan ke dalam dunia kerja, serta mengasah *soft skill* penulis. Melalui kerja magang, maka penulis diharapkan dapat menambah wawasan, bahan pembelajaran, dan jaringan komunikasi dalam industri media yang akan berguna di kemudian hari setelah lulus.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kegiatan kerja magang selama tiga bulan penuh dan tidak termasuk hari libur. Kerja magang dimulai dari Juli 2016 hingga Oktober 2016. Kerja magang dilakukan di VIP Production House yang beralamat di Kompas Gramedia Majalah, Gedung Kompas Gramedia Unit 2, Lt.4, Jl. Panjangan 8A, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Selama penulis melakukan kerja magang di VIP Production House, hari dan jam kerja yang diberlakukan yakni Senin-Jumat, pukul 10:00 WIB sampai dengan pukul 17:00 WIB, terhitung tujuh jam kerja. Pemberlakuan jam kerja ini dapat berubah atau disesuaikan dengan kebutuhan produksi dalam perusahaan. Ketika produksi dilakukan, semua pihak yang terlibat

diwajibkan datang lebih awal dari waktu yang telah disepakati. Hal ini agar waktu dan durasi proses *shooting* dapat berjalan sesuai *rundown*. Disiplin dan tepat waktu sangat dibutuhkan demi kelancaran produksi.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam mengambil mata kuliah “*internship*” di Universitas Multimedia Nusantara, terdapat ketentuan atau syarat yang harus dipenuhi, yakni mahasiswa/i sudah mengambil mata kuliah minimal sebanyak 110 SKS dan tidak ada nilai E.

Pertama, penulis mengikuti seminar pembekalan praktik kerja magang yang diadakan oleh pihak kampus untuk mengetahui prosedur dan hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk bisa melaksanakan kerja magang.

Kedua, sesuai prosedur yang berlaku, penulis mengisi form Kartu Magang (KM-01) yang disediakan oleh pihak kampus. KM-01 adalah formulir mengenai perusahaan, alamat, maupun divisi yang dituju oleh penulis untuk melakukan kerja magang. Kemudian, KM-01 tersebut dapat ditukarkan dengan KM-02 yang merupakan surat pengantar kerja magang yang sudah ditandatangani oleh Ketua Program Studi.

Penulis mengisi tiga form KM-01 yang ditujukan ke tiga perusahaan berbeda, lalu setelah itu mendapatkan KM-02. Penulis mengirimkan KM-02 (Surat Pengantar Magang), CV (*Curriculum Vitae*), dilengkapi dengan *cover letter*, serta transkrip nilai kepada beberapa perusahaan, yaitu MNC TV, RTV, dan Majalah Bobo.

Penulis membatasi waktu untuk direspon yaitu sekitar dua minggu. Karena tidak adanya respon dari ketiga perusahaan tersebut, maka penulis kembali mengisi form KM-01 lalu menukarkannya dengan KM-02 tertanggal 15 Juni 2016 yang ditujukan untuk VIP Production House.

Setelah serangkaian proses dan tahap wawancara, penulis dinyatakan diterima dan dapat melakukan pelaksanaan magang yang berlangsung di VIP Production House pada periode 15 Juli 2016-15 Oktober 2016. Setelah proses magang berjalan selama lebih dari seminggu, tepatnya pada tanggal 25 Juli, barulah pihak HRD (Human Resources Development Department) Kompas

Gramedia Majalah menerbitkan surat yang ditujukan kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini dimaksudkan sebagai konfirmasi bahwa penulis menjalani magang di VIP Department. Surat tersebut kemudian dapat ditukarkan lagi dengan KM-03 sampai dengan KM-07 melalui BAAK.

Penulis memilih VIP Production House karena ingin mencoba mempraktikkan pembelajaran dalam mata kuliah Media Marketing dan Produksi TV yang telah penulis dapatkan. Selain itu, penulis juga berkesempatan menuangkan ide, berdiskusi, hingga terlibat langsung mengeksekusi ide tersebut dalam sebuah produksi.

