



### **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 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tidak dipungkiri lagi, kehadiran televisi memiliki pengaruh yang cukup besar di kalangan masyarakat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), televisi memiliki definisi sebagai alat penangkap siaran bergambar. Secara etimologi, televisi lebih sering dikenal sebagai TV, berasal dari bahasa Inggris, yaitu *tele* yang berarti jauh dan *vision* yang berarti melihat.

Audiovisual dibawa pertama kali oleh televisi. Dengan pesatnya, televisi mengikuti perkembangan jaman dan membawa para penontonnya ke dalam dunia hiburan. Akibatnya, banyak orang yang kemudian terpukau dengan televisi dan kemudian televisi menjadi elemen penting bagi media.

*The Age of Television* itulah yang diungkapkan oleh Martin Esslin dalam menggambarkan peran televisi sebagai salah satu media massa. Televisi memiliki kekuatan yang tidak dimiliki oleh radio dan surat kabar, yaitu audiovisual. Skornis mengatakan bahwa televisi telah menggabungkan kelemahan yang dimiliki oleh media konvensional tersebut dalam bukunya yang berjudul *Television and Society : An Iquest and Agenda* (Kusnadi, 1996: 8).

Dengan demikian, televisi mampu merepresentasikan kehidupan yang dirasakan oleh khalayaknya. Shapiro dan Lang juga mengatakan, bahwa televisi dapat mempengaruhi pemahaman khalayak akan realitas karena mudahnya khalayak untuk melupakan bahwa apa yang mereka lihat di televisi adalah sebuah realitas yang tidak nyata, melainkan hanya realitas semu atau simbolik. (Bryant & Zillman, 2002: 57).

Televisi sebagai media massa memiliki tiga fungsi utama, yaitu, sebagai media informasi, media pendidikan, dan media hiburan (Brown, 1976: 347). Sebagai media informasi, televisi menjadi wadah untuk berbagai program televisi, seperti *news*, *infotainment*, *talk show*, dan masih banyak lagi lainnya. Salah satu

fungsi sebagai media informasi yang dilakukan oleh televisi adalah melalui pemberitaan. Hingga saat ini, berita masih diyakini sebagai suatu bagian dari televisi yang dapat dipercaya dan obyektif (Root, 1986: 81).

Kemampuan televisi dalam mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat umum lebih besar jika dibandingkan dengan bentuk media massa yang lain, karena televisi memiliki karakteristik yang berbeda. Karakteristik ini terletak pada kemampuannya menggabungkan suara dan gambar. Audiovisual memungkinkan penonton untuk merasakan kontak langsung. Selain itu, siaran televisi bersifat langsung, tidak mengenal jarak, dan dapat melintasi rintangan geografis tanpa kesulitan (Sandman, Rubin & David, 1976: 311).

Munculnya media televisi menghasilkan suatu peradaban yang bersifat massa dalam dunia komunikasi dan informasi. Adanya globalisasi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan efek sosial pada nilai-nilai sosial dan budaya. Pengaruh acara televisi hingga saat ini masih memegang peranan yang paling kuat, jika dibandingkan dengan radio dan surat kabar. Terlepas dari pengaruh positif maupun negatif, kekuatan audiovisual yang terdapat dalam televisi telah menyentuh segi kejiwaan manusia. Pada intinya, televisi telah menjadi cerminan budaya tontonan bagi pemirsa dalam era komunikasi dan informasi yang berkembang pesat ini.

Dalam kehidupan sehari-hari serta praktek di lapangan, televisi telah memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku seseorang. Dapat dikatakan bahwa televisi telah menjalankan tugasnya sebagai komunikator dengan sangat baik. Namun, khalayak selaku komunikator juga memberikan *feedback* yang cukup signifikan terhadap program yang ada. Hal tersebut terlihat dari banyaknya stasiun televisi yang menggunakan konsep *talk show* dalam penyajian informasi kepada masyarakat.

*Talk show* merupakan suatu sajian perbincangan yang cukup menarik yang biasanya mengangkat isu-isu yang lagi hangat di kalangan masyarakat. Tema

yang diangkat juga bermacam-macam, mulai dari masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, dsb (Hanum, 2005: 233).

*Talk show* sendiri pertama kali muncul dalam program acara radio di Amerika Serikat pada tahun 1930. Sejak saat itu, muncul berbagai macam *talkshow* dan tidak hanya ada di radio saja, tetapi juga merambah ke dunia televisi. Sayangnya, ketika *talkshow* mulai masuk ke Indonesia, televisi di Indonesia kurang baik dalam mengadaptasi program ini.

*Talk show* di Indonesia dibawakan dengan tiga atau empat orang pejabat dan dibawakan oleh seorang pembawa acara dengan gaya yang kaku. Bahan pembicaraan yang dibawakan pun serius dan formal dengan gaya pembicaraan yang membosankan. Alur pembicaraan hanya berupa tanya jawab bergiliran dan bukan merupakan sebuah diskusi atau perdebatan yang menarik.

Saat ini hampir semua stasiun televisi memiliki program *talkshow* yang membahas masalah-masalah yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat, responnya pun cukup positif, hal tersebut bisa dilihat dari angka *share* dan *rating* setiap acara. Tayangan *talk show* seperti ini sangat digemari oleh kalangan mahasiswa, maupun orangtua.

“Face to Face with Desi Anwar” merupakan salah satu program *talk show* yang terdapat dalam stasiun televisi Metro TV. Program ini dibawakan langsung oleh Desi Anwar, seorang wartawan senior di dunia televisi selama dua dekade. Awal mulanya, program ini berada dalam divisi *current affairs*, namun telah mengalami perubahan dan bergabung dengan divisi *special programs and news magazine*, dan sejak awal Oktober 2012, program ini berada dalam divisi *news & media partnership*.

Konsep *talk show* yang diangkat dalam program ini mencakup 3 hal penting, yaitu *Inspire*, *Influence* dan *International*. Sehingga, dapat didefinisikan bahwa, orang-orang yang menjadi narasumber dalam *talk show* ini harus memenuhi ketiga syarat tersebut. Tokoh yang menjadi narasumber dalam program ini pun bukan merupakan orang yang berkewarganegaraan Indonesia, atau dapat

dikatakan bahwa narasumber adalah seorang WNA (Warga Negara Asing). Program ini menggunakan bahasa Inggris dalam keseluruhan tayangannya. Waktu penayangan acara ini adalah satu bulan sekali, yaitu setiap hari Sabtu di akhir bulan, dengan durasi 60 menit yaitu pukul 20.05 – 21.05 WIB.

Dalam menjalankan program setiap harinya, program “Face to Face with Desi Anwar” hanya terdiri dari 2 orang, yaitu produser, Lisa Parantean dan periset, Audrey Anjani. Sehingga, ketika sedang tidak menerima anak magang, seluruh pekerjaan dari asisten produser hanya dikerjakan oleh produser program dan dibantu oleh periset.

Fokus penulis dalam laporan magang ini ialah mengenai bagaimana proses produksi *talk show* “Face to Face with Desi Anwar” di Metro TV dari sudut pandang seorang asisten produser, karena sebelum hasil akhir program ini dapat dinikmati oleh masyarakat, program ini mengalami tiga tahap produksi yang cukup panjang. Melalui proses itulah, maka program ini dapat ditayangkan dengan layak di hadapan khalayak.

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

Selama tiga bulan penulis melakukan proses kerja magang, penulis ingin mengetahui bagaimana proses produksi sebuah program *talk show* yang bersifat *tapping* sehingga dapat dinikmati oleh khalayak.

Tujuan dari kerja magang ini sendiri yaitu:

1. mengaplikasikan dan mengembangkan ilmu yang dimiliki oleh penulis selama berada di bangku kuliah
2. mendapatkan pengalaman dan pelatihan dari para pelaku nyata di dunia kerja yang sebenarnya
3. menyelesaikan permasalahan yang didapat dalam dunia kerja melalui pembekalan ilmu yang sudah diperoleh selama kuliah

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Ketika melakukan proses pencarian kerja magang, penulis menemui Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi untuk membuat surat lamaran magang, kemudian penulis bersama dengan beberapa teman penulis mulai mengirimkan lamaran kerja magang pada April 2012 ke beberapa stasiun televisi, karena *passion* penulis sejak awal memang di stasiun televisi.

Hingga akhir Juni 2012, penulis belum juga mendapatkan panggilan dari perusahaan manapun. Namun, teman penulis, Villyanda, sudah mendapatkan panggilan di Metro TV. Dengan semangat dan tanpa putus asa, penulis kembali mengirimkan lamaran magang ke beberapa stasiun televisi pada awal bulan Juli 2012, seperti Trans TV, Trans 7, JakTV, O Channel dan Kompas TV. Pada akhirnya, penulis mendapatkan kabar dari Villyanda bahwa produser dari acara “*Face to Face Metro TV*” sedang membutuhkan anak magang dan ia sudah memberikan CV penulis kepada produser tersebut, maka penulis pun hanya tinggal menunggu kabar langsung dari produser mengenai kapan penulis bisa mulai melakukan kerja magang.

Penulis melaksanakan program kerja magang selama tiga bulan di PT Media Televisi Indonesia, Metro TV sejak 30 Juli 2012. Penulis berada di bawah departemen *Current Affair* dengan divisi *News & Media Partnership*. Melalui proses kerja magang ini, penulis belajar secara langsung tentang bagaimana menjadi asisten produser dalam sebuah program *talk show* yang sifatnya tidak *live*.