



### **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

Setiap ada awal, pasti ada akhir. Itu adalah kata-kata yang tepat untuk menggambarkan kondisi yang tengah dialami oleh media massa pada era digital seperti sekarang ini. Konvergensi media telah mendorong sejumlah media-media besar untuk gulung tikar, dan tunduk pada keperkasaan media digital yang makin hari makin kuat pengaruhnya. Membawa sebendel kertas penuh tulisan, ataupun duduk di sudut ruangan sembari mendengarkan sebuah kotak kecil yang mengeluarkan suara dinilai sudah tidak praktis lagi. Semua informasi yang dibutuhkan kini ada dapat diakses dalam genggam tangan kita.

Namun, pada pergeseran kiblat cara masyarakat mendapatkan informasi seperti sekarang, ada satu jenis media konvensional yang tetap kuat bertahan, yakni televisi. Televisi, menurut Adi Badjuri (2010, h. 39) adalah media yang menggabungkan indera penglihatan dan indera pendengaran manusia untuk mendapatkan informasi. Itu artinya khalayak tak hanya melihat visual yang ditayangkan di layar kaca, namun juga mendengar narasi yang disampaikan terkait gambar tersebut.

Dampak televisi dalam masyarakat Indonesia masih sangat besar. Menurut survei yang dilakukan di 10 kota besar di Indonesia oleh Lembaga survei Nielsen (2014), televisi masih menjadi pilihan utama 95 persen masyarakat di Indonesia untuk mendapatkan berbagai macam konten.

Televisi Republik Indonesia (TVRI), yang dilahirkan oleh pemerintah pada pertengahan Agustus 1962 merupakan stasiun televisi pertama yang ada di Indonesia, dan menjadi satu-satunya televisi di tanah air selama 27 tahun. Pada 1989, pemerintah orde baru memberikan izin siar kepada

RCTI untuk menjadi televisi swasta pertama di Indonesia. Hingga tahun 1998, terbentuk 4 lagi stasiun televisi swasta di Indonesia, yakni Surya Citra Televisi Indonesia, Televisi Pendidikan Indonesia, Anteve, dan Indosiar.

Andi Malarangeng menjelaskan bahwa pada masa sebelum reformasi, televisi swasta hanyalah menjadi televisi hiburan. Segala bentuk pemberitaan dikuasai oleh pemerintah yang mewajibkan seluruh stasiun televisi untuk menyiarkan siaran berita dari TVRI. Jurnalisme televisi yang independen pada masa itu belumlah ada (Malarangeng, 2012, h. 12).

Keseragaman dalam bentuk siaran berita ini tentu bukanlah suatu hal yang positif, karena bisa dengan mudah digunakan oleh penguasa sebagai alat propaganda efektif. Ditambah lagi menurut Peter Herford (Morissan, 2008, h. 2), siaran berita merupakan program yang menjadi identitas tiap stasiun televisi. Tanpa ada siaran berita, suatu televisi menjadi stasiun tanpa identitas setempat. Program berita juga menjadi tanggung jawab pemilik televisi, untuk menyajikan informasi bagi khalayak luas, karena telah menggunakan gelombang udara milik publik.

Pasca tumbangnya orde baru pada 1998, liberalisme media memperbolehkan stasiun TV swasta untuk mengadakan dan memproduksi pemberitaan secara mandiri (Malarangeng, 2012 h. 12). Hal ini berdampak langsung dengan meningkatnya jumlah televisi swasta di Indonesia. Total ada 5 stasiun televisi baru yang dibentuk pada November 2000 hingga Oktober 2002. Peningkatan jumlah stasiun televisi ini tidak terlepas dari terbebasnya pers untuk menyampaikan informasi kepada publik dari kekangan pada masa orde baru (Morissan, 2008, h. 3).

Selain kemunculan stasiun televisi swasta secara umum, pembebasan pers televisi pasca orde baru juga memunculkan suatu segmentasi industri televisi baru di Indonesia, yang berupa stasiun televisi berita. Kemunculan televisi berita ini merupakan suatu angin segar bagi industri pertelevisian Indonesia yang sebelumnya hanya didominasi oleh televisi hiburan. Kemunculan stasiun televisi berita ini dimulai oleh Metro TV pada akhir tahun 2000 yang menjadi televisi berita pertama di wajah pertelevisian

Indonesia. Metro TV menjadi satu-satunya stasiun televisi berita di Indonesia selama delapan tahun, sebelum diikuti oleh TV One pada 2008 (mengakuisisi Lativi yang gulung tikar), Kompas TV dan BeritaSatu News Channel pada 2011, serta iNews dan CNN Indonesia pada 2015.

Selain televisi yang melakukan siaran di ranah jaringan publik, setidaknya sejak tahun 1994, televisi kabel berlangganan sudah mulai muncul sebagai alternatif bagi mereka yang menginginkan variasi konten yang lebih banyak. Berbeda dengan televisi pada umumnya yang menggunakan jaringan *Ultra High Frequency* (UHF), televisi kabel menggunakan serat optik atau kabel koaksial sebagai media yang mentransmisikan frekuensi radio. Televisi kabel juga mengharuskan konsumen untuk membayar tarif tertentu untuk dapat berlangganan konten yang disediakan oleh penyedia layanan.

Pemain pertama di industri televisi kabel berlangganan di Indonesia adalah *Skyvision*, yang meluncurkan produk televisi kabel dengan merk dagang *Indovision* pada 1998 (Indovision, 2017). Namun, karena tarif yang dibebankan dapat dibidang relatif mahal bagi sebagian besar konsumen di Indonesia, *Indovision* belum mampu mendapatkan pangsa pasar yang luas. Kemunculan *Indovision* sebagai televisi kabel pertama di Indonesia seakan memantik perkembangan televisi berbayar. Hal itu dibuktikan akan kemunculan *Broadband Multimedia* (sekarang bernama *First Media*) sebagai penyedia layanan televisi kabel, tak lama setelah *Indovision* diluncurkan (First Media, 2013).

Pada 2017 setidaknya ada sekitar 10 *provider* televisi kabel yang tersedia untuk masyarakat di Indonesia. Peningkatan signifikan ini berbanding lurus dari meningkatnya jumlah pelanggan televisi kabel di Nusantara. Menurut infografis yang diambil dari Databoks Katadata (2014), jumlah pengguna televisi kabel di Indonesia pada 2017 diproyeksikan sebanyak 7,1 juta pelanggan. Nilai ini meningkat sekitar tujuh kali lipat dibandingkan jumlah pelanggan televisi kabel pada 2010. Peningkatan

yang signifikan ini tentu menjadi pasar yang menggiurkan bagi pemain yang ingin masuk dan bersaing di industri televisi berlangganan di Indonesia.

Meski telah meraih peningkatan signifikan dalam 7 tahun terakhir, televisi kabel di Indonesia masih belum mendapatkan perhatian berarti dari mayoritas masyarakat. Jika kita lihat, pada 2014 jumlah pelanggan televisi berlangganan di Indonesia ada sebanyak 4,4 juta (“Perkiraan Jumlah Pelanggan TV Berlangganan 2010-2017” 2016, para 1). Nilai ini masih jauh dari angka 95 persen dari survei Nielsen yang kita bahas sebelumnya. Persaingan yang ketat di industri televisi kabel berbayar ini secara tidak langsung mendorong penyedia layanan untuk bersaing tidak hanya pada tarif yang dibebankan ke pelanggan, tetapi juga pada kualitas konten yang ditawarkan.

Dalam pasar yang relatif kecil, tetapi tersegmentasi dengan jelas ini sejumlah pemain besar di industri televisi kabel Indonesia sudah memiliki trik khusus untuk mempertahankan jumlah pelanggan mereka, atau bahkan mendapatkan lebih banyak lagi pelanggan. Salah satu contohnya adalah *First Media*, yang menjadi pelopor penayangan televisi kabel dengan kualitas *High Definition* di Indonesia pada 2010 silam.

Selain mengandalkan keunggulan dari kualitas gambar, First Media juga mengambil satu langkah lebih jauh dengan meluncurkan sebuah stasiun televisi di jaringan televisi berbayar mereka, yang dinamakan BeritaSatu News Channel. Berdasarkan BeritaSatu.tv (2013), BeritaSatu News Channel menempatkan diri sebagai televisi berita yang menargetkan para pengambil keputusan sebagai konsumen utama mereka.

Selain mengenai pemberitaan dari dunia perpolitikan, BeritaSatu News Channel juga menempatkan fokus mereka pada pemberitaan dari dunia ekonomi. Pemilihan fokus ekonomi juga tidak terlepas dari target *audience* BeritaSatu News Channel yang juga mengarah ke para pengambil kebijakan, dengan begitu televisi ini juga bisa berkontribusi secara tidak langsung terhadap perkembangan ekonomi di Nusantara.

Oleh karena itu, akan menjadi hal yang penting bagi penulis untuk melakukan praktik kerja magang di media televisi berita yang tetap mengedepankan prinsip-prinsip jurnalisme, memiliki visi misi dan tujuan yang jelas, serta tidak menampilkan siaran yang dapat merugikan masyarakat luas.

## **1.2. Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang ini penulis lakukan dengan tujuan untuk mengaplikasikan semua ilmu yang telah penulis terima selama kurang lebih 3 tahun melakukan perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu, kerja magang ini berguna untuk mengukur seberapa siap penulis untuk terjun di dunia jurnalistik televisi yang sebenarnya. Praktik kerja magang juga dapat menjadi ajang untuk membandingkan teori yang penulis terima selama masa perkuliahan dengan praktiknya di lapangan.

Selain itu, penulis juga berhasrat untuk membangun relasi dengan pemain di industri media seawal mungkin. Dengan terbangunnya hubungan yang baik dengan pelaku di industri media, penulis berharap untuk bisa mendapatkan kesempatan untuk mendaki karier dengan baik di masa yang akan datang.

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

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

**Tabel 1.1 Pelaksanaan Kerja Magang**

Mulai Magang	Selesai Magang	Periode Magang
1 Agustus 2017	31 Oktober 2017	60 Hari Kerja

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

Sebelum kerja magang dimulai, penulis mencari kontak terkait dengan orang yang bekerja di media televisi. Penulis kemudian mengenal seorang produser berita yang bekerja di BeritaSatu News

Channel, dan meminta saran mengenai hal apa saja yang diperlukan untuk melamar kerja magang di televisi tersebut. Penulis kemudian dianjurkan untuk membuat sebuah Curriculum Vitae (CV), menyerahkan transkrip nilai selama 5 semester, serta daftar hasil karya yang telah dibuat semasa perkuliahan. Ketiga dokumen tersebut, beserta fotokopi Kartu Tanda Penduduk dan Kartu Mahasiswa, kemudian dikirimkan ke bagian redaksi BeritaSatu untuk kemudian diserahkan ke pihak HRD.

Tiga minggu setelah penulis mengirimkan dokumen tersebut, penulis mendapatkan pesan singkat dari pihak HRD BeritaSatu yang bernama Ibu Luna. Ibu Luna menjelaskan, bahwa penulis mendapat rekomendasi dari Manajer Newsroom untuk melakukan praktik kerja magang di BeritaSatu. Ibu Luna juga memberi penulis kebebasan untuk memilih sendiri waktu untuk dapat memulai praktik kerja magang. Penulis pun memilih untuk memulai magang sejak tanggal 1 Agustus 2017. Ibu Luna menyetujui tanggal yang penulis ajukan, dan meminta untuk menemuinya pada hari pertama magang di lantai 9 BeritaSatu Plaza. Penulis juga diminta untuk membawa surat KM-02 dari Universitas, untuk ditukarkan dengan surat keterangan penerimaan kerja magang.

Pada 1 Agustus 2017, penulis tiba di BeritaSatu Plaza pada pukul 09:30, dan langsung menuju ke lantai 9 untuk menemui Ibu Luna. Namun, penulis baru berjumpa dengan Ibu Luna sekitar satu jam kemudian. Penulis kemudian diberi arahan singkat mengenai tata cara dan peraturan internal perusahaan, serta mengambil absen magang internal perusahaan. Sementara itu, surat KM-02 dari Universitas juga diserahkan pada Ibu Luna untuk ditukar dengan surat penerimaan magang. Penulis pun langsung memulai magang pada hari itu juga. Penulis diarahkan menuju lantai 11, tempat *Newsroom* dan studio produksi berada.

Tiga minggu setelah magang dimulai, penulis mengambil surat penerimaan magang yang sudah selesai dicetak di pihak HRD. Surat keterangan diterima magang itu pun penulis serahkan ke pihak Universitas untuk ditukarkan dengan berkas KM-03 hingga KM-07. Berkas-berkas itu penulis isi sembari melakukan kegiatan kerja magang selama 60 hari kerja dalam periode waktu tiga bulan.



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA