



### **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

Dunia perfilman dan televisi memiliki banyak persamaan sekaligus perbedaan yang mendasar. Persamaannya adalah sama-sama bergerak dalam lingkup audio visual. Selain itu, dunia perfilman dan televisi, khususnya produksi program TV, memiliki tahapan yang sama yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Sedangkan perbedaan antara dunia perfilman dan televisi adalah waktu kerja yang dibutuhkan untuk mewujudkan karya. Bila dalam pengerjaan film dapat berlangsung berbulan-bulan bahkan tahunan, di televisi waktu yang dibutuhkan cukup singkat, yakni dalam hitungan hari atau minggu.

Dunia televisi mendapatkan pemasukan dari pemasangan iklan. Pemasangan iklan disetiap program televisi mengacu pada sistem *TV rating/share*. Lembaga yang melakukan perhitungan *TV rating/share* di Indonesia adalah *Nielsen*. Lembaga ini memilih sejumlah keluarga untuk dijadikan sampel. Persentase penonton program dibandingkan sampel inilah yang disebut *rating*. Sedangkan *share* adalah persentase penonton program dibandingkan dengan jumlah TV yang sedang menyala. Sehingga *share* selalu lebih tinggi bila dibandingkan dengan *rating*.

Secara singkatnya, *TV rating/share* adalah patokan perhitungan persentase penonton pada suatu program. Bila program tersebut memiliki *TV rating/share* yang baik maka akan banyak produsen produk/jasa memasang iklan dan kontrak episode program tersebut akan diperpanjang. Dengan adanya sistem *TV rating/share* ini, lebih kurang menggiring dunia televisi kedalam bidang yang lebih komersil atau *money oriented*.

Dengan adanya persamaan dan perbedaan ini menantang penulis untuk terjun langsung merasakan kerja magang di dunia televisi. Penulis sendiri merupakan mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) peminatan sinematografi yang dalam pembelajaran selama kuliah tidak menyentuh dunia pertelevisian.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

Secara umum, program kerja magang ini memiliki maksud dan tujuan sebagai syarat kelulusan mata kuliah praktek kerja magang dan memperoleh keseimbangan ilmu sinematografi dan televisi yang sangat diperlukan dalam dunia kerja. Secara khusus, agar penulis mendapatkan pengalaman dunia kerja sebagai seorang *PA* dalam media televisi, *Metro TV*.

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

Penulis mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang. Formulir pengajuan kerja magang dipergunakan sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh ketua Program Studi. Formulir pengajuan kerja magang diserahkan kembali ke admin DKV untuk dibuatkan surat pengantar kerja magang.

Sebelum dinyatakan diterima di *Metro TV*, penulis melakukan tes wawancara kerja magang pada awal Maret 2013. Penulis melakukan kerja magang selama 6 bulan dari 1 April–30 September 2013 di departemen *Newstainment Metro TV* (PT Media Televisi Indonesia). Penulis ditempatkan pada program *Newshow* dan membantu *Oase Ramadan*. Dalam penulisan laporan kerja magang ini, penulis mengambil 13 minggu pertama dari enam bulan kerja magang. Terhitung dari tanggal 1 April-30 Juni 2013.

Pada umumnya, penulis bekerja dari hari Selasa–Sabtu pukul 10.00-19.00. Penambahan hari dan waktu kerja dapat terjadi bila dirasa perlu, seperti pada hari Kamis. Hari Kamis tim *Newshow* mempersiapkan keperluan *taping* program *Newshow* yang dilaksanakan pada hari Jumat.