



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

Perkembangan teknologi terus meningkat, perkembangan ini mendorong kebutuhan akan informasi di tengah masyarakat meningkat. Dengan adanya informasi, masyarakat dapat mengetahui berbagai perkembangan yang ada di seluruh dunia. Teknologi mendorong terciptanya media massa dan merupakan induk dari media massa. Media massa membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi.

Hal ini menciptakan suatu industri, yaitu industri media yang menghadirkan berbagai layanan kepada masyarakat. Berbagai macam media massa bermunculan baik media cetak, maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Melalui media – media massa tersebut masyarakat bisa mendapatkan informasi. Salah satu media massa yang sampai saat ini masih sangat sering digunakan oleh masyarakat adalah media televisi. Televisi menyajikan informasi melalui *audio visual*. Walaupun televisi masih tergolong dalam media yang semi konvensional, namun televisi sampai saat ini masih digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia Indonesia. Karena televisi bisa memberikan banyak pengaruh, salah satunya entitas budaya, televisi ikut berperan dalam kemajuan suatu budaya (Baskin, 2013, h. 39).

Berawal dari ditemukannya *translator* oleh William Sockey dan kawan-kawan pada 1946, dari situlah kemajuan teknologi elektronika mulai berkembang pesat dan hal ini juga diikuti oleh perkembangan televisi. 1923 Vladimir Katajev Zworykin menciptakan sistem televisi elektrik, dan kemudian dikembangkan oleh Philo T. Farnsworth yang berhasil menciptakan sistem televisi pada tahun 1930 (Baskin, 2013, h. 7). Televisi terus mengalami perkembangan dari hitam – putih, *RGB* dan sampai saat ini menjadi *HDTV* yang menampilkan gambar yang sangat jernih.

Di Indonesia sendiri siaran televisi dimulai pada tahun 1965, dan pada tahun 1992 masyarakat luas mulai mengenal televisi ketika RCTI mulai mengudara (Baskin, 2013, h. 15). Sampai saat industri pertelevisian di Indonesia terus berkembang, banyak televisi-televisi lokal maupun nasional lahir dan berkembang. Ramainya industri pertelevisian membuat industri ini banyak di minati oleh berbagai pihak, baik untuk kepentingan hiburan maupun sebagai media promosi.

Saat ini televisi menjadi salah satu komponen yang masuk dalam prioritas utama dalam rumah tangga. Dengan jangkauan yang luas, televisi memiliki peran yang sangat besar baik dalam dunia periklanan maupun dalam dunia hiburan (Effendy, 2008, h. 4). Dengan jangkauan yang luas, televisi bisa menampilkan berbagai iklan produk atau menampilkan program hiburan kepada masyarakat luas. Hal ini lah yang membuat banyak *conten production* seperti instansi televisi ataupun *conten provider* seperti *production house* berlomba-lomba menciptakan konten-konten televisi, untuk disajikan kepada masyarakat karena televisi merupakan salah satu media massa yang dekat dengan masyarakat.

Pesatnya pertumbuhan industri pertelevisian di Indonesia, melahirkan banyak *production house* yang berlomba-lomba membuat konten untuk televisi seperti sinetron, film dan berbagai konten televisi lainnya. Hal ini membuat televisi harus lebih selektif dalam memilih program yang akan ditayangkan. Pesatnya pertumbuhan *production house* membuat persaingan menjadi ketat, dimana *production house* harus berlomba membuat program yang berkualitas sehingga mendapat perhatian dari stasiun televisi, sehingga dapat ditayangkan dan dinikmati oleh masyarakat luas.

Jakarta merupakan pusat perputaran ekonomi di Indonesia dan juga menjadi pusat informasi dimana sebagian besar media nasional ada di Jakarta. Hal ini membuat banyak *production house* yang memulai bisnisnya di Jakarta. Dari sekian banyak *production house*, Cem Media merupakan salah satu *production house* yang ikut membuat konten-konten hiburan. Cem Media merupakan *production house* yang berfokus membuat konten hiburan, dengan memproduksi *web series*, *video clip*, dan program tv. Cem media membidik pasar menengah ke atas dengan usia mulai dari 17-

35. Dengan tim kerja yang terdiri dari *producer and director, scriptwriter, conceptor, photographer* dan *video editor*, Cem Media memproduksi konten-konten media yang berkualitas dan kreatif.

Oleh karena itu dalam rangka memenuhi kewajiban mata kuliah praktik kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, penulis memilih Cem Media untuk mempelajari bagaimana bekerja sebagai kreatif dan mengetahui dan mempelajari bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya, serta mengembangkan kemampuan dalam menciptakan konsep dan menulis *rundown* program tv.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mempraktikan ilmu yang sudah dipelajari di kampus ke dunia kerja.
2. Mempelajari proses produksi *video clip*
3. Menambah wawasan, keterampilan dan pengalaman kerja melalui proses belajar dibawah bimbingan dan arahan pembimbing lapangan.
4. Memenuhi tugas akhir mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Jurnalistik.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Penulis melakukan praktik kerja magang di Cem Media selama dua bulan, yaitu terhitung mulai dari tanggal 1 Juli 2015, Agustus 2015, sampai 15 September 2015 sebagai kreatif yang bertugas mencari konsep untuk shooting video clip strada band

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Berikut ini adalah prosedur kerja magang yang harus dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan kerja magang Berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan dalam buku panduan magang 2013/2014.

Penulis mencari perusahaan yang berkaitan dengan jurusan penulis agar semua mata kuliah yang telah dipelajari dapat dipakai dalam melaksanakan kerja magang.

Mengurus surat pengantar magang dari kampus untuk diberikan ke perusahaan yang akan menjadi tempat magang mahasiswa, kemudian penulis mengajukan surat lamaran kerja magang ke perusahaan, CV, surat pengantar magang dari kampus, serta portofolio tugas dan hasil kerja yang pernah dikerjakan selama menempuh perkuliahan di UMN.

Setelah memasukan lamaran kerja magang, penulis dipanggil untuk melakukan *interview* kerja dengan Lievan S selaku *producer & Director* dari Cem Media, *production house* tempat penulis melakukan kerja magang. Setelah di terima untuk melakukan kerja magang di *production house* Cem Media, penulis mendapatkan surat keterangan bahwa telah diterima untuk melakukan kerja magang di *production house* Cem Media. Selanjutnya penulis mengurus formulir kartu kerja magang, penilaian, kehadiran kerja magang, dan formulir laporan realisasi kerja magang dari Universitas.

Setelah itu penulis melakukan kerja magang di Cem Media dan dibimbing oleh Andrian K selaku *producer & director*, penulis melakukan semua tugas yang di berikan oleh pembimbing lapangan dan selalu berkordinasi dengan pembimbing dalam melakukan tugas-tugas yang diberikan. Setelah selesai melakukan kerja magang, penulis mendapat penilaian dari kantor tempat penulis melakukan kerja magang, lalu nilai tersebut diserahkan ke pihak kampus. Selanjutnya untuk mempertanggung jawabkan hasil kerja magang, penulis diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang dibawa bimbingan dosen pembimbing yaitu Bapak F.X. Lilik Mardjianto, S.S, M.A.

UMMN