



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 Pendahuluan

Sistem komunikasi yang ada pada zaman sekarang ini tidak terlepas dari kebutuhan setiap manusia akan informasi. Berkembangnya informasi dalam masyarakat dan pesatnya perkembangan teknologi memunculkan banyaknya interaksi, yang memunculkan terjadinya komunikasi massa.

Komunikasi massa bukan hanya sekedar dinikmati saja, melainkan telah menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat di era modern seperti ini. Adapun pengertian Komunikasi Massa yang terkait adalah: komunikasi yang melibatkan khalayak luas yang biasanya menggunakan teknologi media massa seperti televisi, surat kabar, radio, ataupun majalah (Pawito, 2007:16).

Media massa yang ada merupakan sarana yang penting dalam kebutuhan informasi masyarakat dalam menginformasikan berbagai peristiwa yang terjadi disekitar kita yang dapat merangkum semua aspek kehidupan di masyarakat. Berkembangnya teknologi media massa menjadikan penyebaran informasi lebih cepat dan lebih modern.

Televisi merupakan salah satu media populer, yang banyak digunakan oleh masyarakat di dunia maupun di Indonesia. Televisi bisa dinikmati oleh kalangan siapapun, baik anak-anak, remaja ataupun dewasa.

Berkembangnya industri teknologi komunikasi, khususnya televisi membuat pertumbuhan industri televisi di Indonesia cukup tinggi. Stasiun Televisi di Indonesia pertama kali adalah TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang diluncurkan pada 24 Agustus 1962. Pada saat itu siaran yang dilakukan adalah ketika Indonesia menjadi

tuan rumah Asian Games IV di Jakarta (Baksin, 2006:27). Pada saat itu, TVRI sudah bisa menjangkau banyak provinsi di Indonesia, meskipun masih berada dalam format hitam putih.

Seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 1989, tepatnya pada tanggal 24 Agustus 1989, stasiun RCTI (Rajawali Citra Televisi) mulai mengudara walaupun masih pada lingkup JABOTABEK saja dan masih dibantu oleh antenna parabola dan dekoder. Lalu disusul SCTV (Surya Citra Televisi) pada tahun 1990, TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) pada 1991. Saat ini sudah terdapat 12 Stasiun Nasional. Jumlah tersebut belum ditambah dengan televisi berjaringan daerah di Indonesia, seperti NET TV, Berita Satu TV, Sindo TV dan lain-lain.

Televisi menyediakan banyak variasi program. Variasi program yang dimaksud adalah : News/ Current Affairs, Variety Show, Musik, Drama, Anak-anak, Edukasi, dan lain-lain. Ditambah dengan aspek audiovisual, dimana kita bisa melihat gambar maupun menikmati suaranya menyebabkan televisi semakin menarik dan semakin banyak digunakan.

Banyaknya jumlah stasiun televisi yang ada membuat orang-orang yang bekerja di dalamnya berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik, dengan membuat program-program sebaik mungkin dengan kreativitas-kreativitas yang dimiliki. Tujuannya adalah agar dapat merebut hati audiens. Namun, dalam pembuatan program kita membutuhkan dana yang cukup besar. Maka dari itu, televisi mengandalkan iklan sebagai sebagian dari dana pembuatan program mereka.

Standar yang digunakan dalam tayangan televisi disebut sebagai rating. Rating merupakan jumlah rata-rata penonton pada tayangan-tayangan tertentu. Semakin banyak orang yang menikmati program A, berarti rating program tersebut semakin tinggi. Faktor-faktor yang dapat menentukan apakah program tersebut memiliki rating adalah dari segi kualitas program, orang-orang yang berada di dalamnya, jenis program, dan jam tayang pada program tersebut.

Rating yang tinggi dapat menarik perhatian bagi perusahaan-perusahaan yang berusaha untuk menjual produknya secara luas. Rating acara tinggi membuat mereka semakin berani memasang iklan secara berkala dalam jumlah besar. Menurut Morissan (2010:240), televisi memiliki kelebihan dalam penayangan iklan, ada Daya Jangkau yang Luas, Selektivitas dan Fleksibilitas, Fokus Perhatian Audiens, Kreativitas dan Efek Iklan, Prestise, dan Waktu Tertentu.

Namun, seringkali kita menemukan jumlah iklan yang berlebihan pada suatu program acara semata mengejar keuntungan dari stasiun Televisi. Belum lagi, kualitas program yang terkadang kurang diperhatikan, menyebabkan menurunnya kualitas manusia, dengan contoh tindak kriminalitas. Selain itu, banyaknya iklan menyebabkan masyarakat semakin hedonis dan boros.

Seiring dengan banyaknya program yang kurang berkualitas, ditambah pula banyaknya iklan, masih ada stasiun Televisi yang tidak berorientasi pada iklan. Stasiun Televisi tersebut adalah DAAI TV. Tidak seperti televisi pada umumnya yang menggunakan iklan, mereka lebih mengutamakan kualitas program mereka untuk menyesuaikan dengan slogan DAAI TV : Televisi Cinta Kasih.

DAAI TV Indonesia berbeda dari yang lain. Di bawah naungan Yayasan Buddha Tzu Chi, fokus utamanya adalah menyebarkan kebaikan, pesan positif, serta inspiratif kepada masyarakat. Maka dari itu, DAAI TV Indonesia berusaha membuat program dengan fokus tersebut.

Hal inilah yang membuat penulis memilih tempat praktik magang di DAAI TV Indonesia. Alasan lainnya adalah karena perusahaan ini termasuk perusahaan yang baru dan ingin mengenal lebih dalam DAAI TV itu sendiri dan pengaplikasian mata kuliah Produksi Program Televisi yang sudah dipelajari penulis untuk persiapan menuju dunia kerja nyata.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilakukannya kerja magang berdasarkan panduan magang dari Universitas Multimedia Nusantara adalah memiliki kemampuan secara professional untuk :

1. Menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi di dunia kerja dengan bekal ilmu yang telah dipelajari di kampus pada semester-semester sebelumnya.
2. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan mahasiswa melalui pengaplikasian ilmu.
3. Memberikan pelatihan dan pengalaman kerja bagi mahasiswa
4. Mendapatkan *Link and match* pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan dunia kerja yang sebenarnya. Memperoleh dan memperluas jaringan dengan pembimbing magang di lapangan.

Selain tujuan-tujuan tersebut, maksud dilaksanakan praktik kerja magang sebagai bagian dari syarat untuk memenuhi salah satu kewajiban akademis yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa di tingkat akhir Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Skema Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Sesuai dengan prosedur dan syarat yang diberikan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara, waktu minimum yang ditetapkan adalah selama dua bulan. Waktu pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh penulis adalah selama 3 bulan. Terhitung mulai pada tanggal 30 Juni 2014.

Penulis paling lambat masuk kerja pada pukul 08.30 WIB dan selesai pada pukul 17.30 WIB. Penulis bekerja selama lima hari seminggu. Namun, terkadang hari Sabtu

dan Minggu penulis bisa diminta bertugas liputan di lapangan atau tergantung pada tuntutan kerja produksi acara terkait.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis merupakan salah satu kewajiban akademis yang harus dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Sebelum mendapatkan tempat praktik kerja magang, penulis mendapatkan pengarahan dari Tim Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi.

Sebelum dan sesudah melaksanakan praktik kerja magang, penulis harus melewati beberapa prosedur yang diwajibkan oleh pihak universitas. Pertama, penulis mengajukan beberapa nama perusahaan magang dengan mengisi KM-01, lalu nantinya ditanda tangani oleh Ketua Program Studi, agar nantinya bisa mendapatkan KM-02.

Kesulitan yang dihadapi oleh penulis ketika mendapatkan KM-03 adalah ketidaksediaan dari pihak perusahaan untuk memberikan surat pernyataan penerimaan kerja magang penulis kepada pihak universitas. Maka, pihak universitas pun membuatkan form surat penerimaan kerja magang mahasiswa, dan penulis baru bisa mengambil KM-03 – KM-07 pada tanggal 14 Juli 2014.

Penulis mengirim CV praktik kerja magang DAAI TV melalui dosen Ibu Ninok Hariyani, yang pada saat itu masih bekerja di DAAI TV. Penulis juga mengirimkan lampiran berupa video tugas kuliah.

Penulis dihubungi oleh pihak perusahaan DAAI TV pada tanggal 15 Mei 2014 melalui pihak HRD (Human Resource Development), yaitu Ibu Mona. Ibu Mona memberitahu untuk melakukan interview pada 19 Mei 2014. Selama interview, penulis melakukan negosiasi yang agak alot karena waktu yang disediakan oleh pihak kampus adalah dua bulan, sedangkan pihak perusahaan meminta 3 bulan untuk

periode magang. Karena itu, penulis diperingatkan untuk memberikan keputusan secepatnya. Baru esoknya, pada tanggal 20 Mei 2014 penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di perusahaan DAAI TV.

30 Juni 2014 merupakan hari pertama praktik kerja magang penulis di DAAI TV. Penulis ditaruh di divisi Talkshow dengan nama program Hati Bicara. Hari pertama, penulis diperkenalkan pada program Hati Bicara, lalu ditempatkan pada posisi PA (Production Assistant). Penulis dibimbing oleh Hasan Basri sebagai Asisten Produser, dan diawasi oleh Paulus Florianus sebagai Eksekutif Produser.

Selama praktik kerja ini, penulis belajar secara langsung mengenai pekerjaan sebagai bagian dari acara Hati Bicara, mulai dari proses pemilihan narasumber yang akan diangkat ceritanya, penentuan talent yang akan mengikuti acara, hingga proses produksi, dan pasca produksi dari acara ini. Dengan segala kesulitan yang dihadapi selama praktik kerja magang, penulis mendapatkan pembelajaran yang bermanfaat dan berharga.

UMMN