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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesuksesan sebuah program yang kita saksikan di layar televisi tidak terlepas dari orang-orang yang terlibat di dalamnya, dari mulai proses pembuatan program atau produksi, sampai evaluasi yang dilakukan untuk memantau keberhasilannya. Proses produksi dan evaluasi merupakan kegiatan yang saling berhubungan dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Tanpa proses produksi, sebuah program tidak akan berlangsung, tanpa proses evaluasi juga sebuah program tidak bisa bertahan untuk tetap tayang di televisi.

Ada empat tahapan untuk memproduksi suatu program dalam televisi, yaitu pra produksi, persiapan, produksi, dan paska produksi (Darwanto, 2011, h. 265). Pada tahap akhir atau paska produksi, terdapat proses evaluasi. Proses evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui kapan sebuah program harus dihentikan, tetap dilanjutkan, atau dilanjutkan namun diubah isi dari konten nya.

Proses evaluasi sebuah program memiliki peranan yang penting, karena tanpa evaluasi pihak televisi tidak dapat mengetahui apakah program tersebut disaksikan dan diminati oleh penonton atau tidak. Sesuai dengan fungsinya sebagai sarana hiburan, program televisi menawarkan sifat yang variatif sesuai dengan karakteristik media dan selera masyarakat sebagai penggunanya (Sholihati, 2007, h. 34).

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

Proses evaluasi dapat dilakukan dengan cara melakukan riset atau penelitian. Tanpa adanya data yang diperoleh dari melakukan riset dan penelitian, sebuah proses evaluasi tidak bisa dilakukan secara maksimal dan akurat. Perusahaan pada umumnya membeli data atau hasil riset dari lembaga-lembaga riset di Indonesia. Dari data itulah perusahaan bisa melakukan evaluasi atas produknya yang dalam perusahaan televisi merupakan sebuah program.

Penelitian, dan pengembangan atau litbang dalam bahasa Inggris disebut *Research and Development*, atau *R&D. Research and Development* adalah kegiatan penelitian, pengembangan, yang memiliki kepentingan komersial dalam kaitannya dengan riset ilmiah murni, dan pengembangan aplikatif di bidang teknologi. Aktivitas litbang biasanya dilakukan oleh suatu unit, lembaga atau pusat khusus yang dimiliki oleh suatu perusahaan, perguruan tinggi, atau lembaga negara (Eng, 2011, h. 56).

Dalam konteks bisnis, penelitian dan pengembangan biasanya merujuk pada aktivitas yang berorientasi ke masa yang akan datang, dan untuk jangka panjang baik dalam bidang ilmu maupun dalam bidang teknologi. Metode yang dipakai dalam kegiatan litbang biasanya menggunakan teknik riset ilmiah yang standar tanpa mengharapkan hasil yang pasti atau untuk mendapatkan perkiraan hasil yang mempunyai nilai komersial dalam waktu dekat (Fachruddin, 2012, h. 187).

Borg dan Gall (1983, h. 772) mendefinisikan penelitian, pendidikan dan pengembangan atau *R & D* adalah proses yang digunakan untuk mengembangkan dan memvalidasi produk pendidikan. Langkah-langkah dari proses ini biasanya disebut

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

sebagai siklus *R & D*, yang terdiri dari mempelajari temuan penelitian yang berkaitan dengan produk yang akan dikembangkan, mengembangkan produk berdasarkan temuan ini, mengaturan di mana ia akan digunakan dan merevisinya untuk memperbaiki kekurangan yang ditemukan dalam tahap mengajukan pengujian. Dalam program yang lebih ketat dari *R & D*, siklus ini diulang sampai bidang data uji menunjukkan bahwa produk tersebut memenuhi tujuan perilaku yang dapat didefinisikan.

Persaingan bisnis media yang begitu ketat membuat divisi riset dan pengembangan dalam sebuah perusahaan media menjadi begitu penting. Alat ukur yang digunakan media khususnya media televisi adalah *rating* dan *sharing*. Perusahaan atau lembaga *rating* menyediakan jasa kepada media televisi dengan mengeluarkan laporan rutin mengenai program apa saja yang menjadi unggulan dan tidak diunggulkan lagi.

Istilah *rating* dan *share* program bagi sebagian orang bukan hal yang asing, tetapi hanya sedikit yang memahami makna *rating* dan *share*, juga bagaimana *rating* dan *share* dihasilkan. Khusus untuk televisi, survei untuk mencari angka *rating* dan *share* disebut sebagai Television Audience Measurement (TAM) yang dilakukan oleh lembaga survei bernama AGB Nielsen di Indonesia dan 26 negara lainnya. Survei itu dirancang untuk diberikan kepada pengiklan, agensi iklan, maupun pengelola televisi agar memperoleh pemahaman yang lebih baik akan karakter penonton televisi dan acuan tontonan televisi di kota-kota besar di Indonesia (Morissan, 2008, h. 30).

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

Dalam televisi, kualitas program diukur dari angka *rating* dan *share*. Televisi cenderung menggunakan *rating* dan *share* untuk menentukan layak atau tidaknya suatu program acara. *Rating* menentukan nilai jual suatu program kepada pengiklan, semakin tinggi *rating* maka minat para pengiklan akan semakin besar untuk mensponsori acara tersebut dengan harga yang tinggi (Eng, 2011, h. 67).

Sejak tahun 1991, AGB Nielsen Indonesia telah menyediakan laporan *rating* mingguan bagi stasiun televisi dan pengiklan mengunakan layanan *rating* harian penonton. Sampel mencatat acara yang ditonton serta berada di kanal apa, di dalam buku harian yang disediakan. Hasilnya dikirimkan pada NMR yang kemudian mentransfernya ke komputer. Pada tahun 1997, NMR beralih menggunakan *peoplemeter system* untuk mengembangkan pengukuran yang lebih akurat menit per menit (Panjaitan, Erica dan Iqbal, 2006, h. 76).

Metode *peoplemeter* digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mencakup lima kota besar yaitu Jabodetabek, Surabaya, Medan, Semarang, dan Bandung. Pada tahun 2002 sampai tahun 2006 terdapat enam kota tambahan yang menjadi *sample* survei. Survei Nielsen mencakup populasi 49,5 juta penonton televisi (Panjaitan, Erica dan Iqbal, 2006, h. 76).

Angka *rating* dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain durasi suatu program, program tandingan, kualitas gambar yang diterima di televisi penonton, penonton yang ada, jadwal tayang, waktu-waktu insidentil, juga pola kebiasaan penonton di daerah-daerah tertentu. *Rating* program tidak mencerminkan

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

kualitas program. *Rating* adalah *presentase* dari penonton suatu acara dibandingkan dengan total atau spesifik populasi pada waktu tertentu, data yang diukur melalui *rating* merupakan kuantitas dan bukan kualitas suatu acara (Fachruddin, 2012, h. 193).

Dengan perhitungan *rating* menit per menit, panjangnya program mempengaruhi *rating* dari satu program. Misalnya program yang tadinya berdurasi 30 menit mempunyai *rating* 10, ketika diperpanjang menjadi 60 menit, *rating* nya turun menjadi 8, hal ini dikarenakan angka pembagi yang semakin besar. Sedangkan *share* adalah *persentase* jumlah pemirsa atau target pemirsa pada ukuran satuan waktu tertentu pada suatu saluran tertentu terhadap total pemirsa di semua saluran (Fachruddin, 2012, h. 195).

Penulis melakukan praktik kerja lapangan dan memilih menjadi *content analyst* yang merupakan bagian dari divisi yang melakukan evaluasi yaitu *research and development division*. Penulis merasa tanpa adanya proses evaluasi bagi sebuah program acara televisi, tidak akan tercipta sebuah tayangan yang bagus dan mendidik. Dengan data yang dibeli dari Nielsen, divisi riset dan pengembangan ini mengolah data ke dalam bentuk kuantitatif dan kualitiatif. Data kuantitatif dilaporkan dalam bentuk angka *sharing* dan *rating*, *sharing* digunakan perusahaan televisi untuk mengetahui jumlah penonton program yang mereka sajikan.

Bagian yang mengurus data kualitatif menyajikan hasil evaluasi dalam bentuk tulisan, berupa kelebihan dan kekurangan program, alasan mengapa *sharing* program

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

tersebut bisa naik dan turun, maupun kesimpulan atau rekapan *sharing* program tersebut dalam periode waktu tertentu. *Research and development division* merupakan bagian dari *programming and production division* (KompasTv, 2008).

Penulis bertugas untuk membuat evaluasi dalam bentuk kualitatif untuk beberapa program yang dimiliki Kompas Tv. Dari berbagai jenis program televisi, dapat dikelompokan menjadi dua bagian besar yaitu program informasi dan program hiburan (Morrisan, 2008, h. 208).

Kompas Tv merupakan salah satu unit perusahaan yang dimiliki oleh Gramedia Group, dan merupakan salah satu televisi berita yang populer di Indonesia. Universitas Multimedia Nusantara juga merupakan salah satu unit perusahaan Gramedia Group yang bergerak di bidang pendidikan. Maka dari itu penulis memilih Kompas Tv sebagai tempat untuk mempelajari dunia kerja di bidang jurnalistik, khusunya jurnalistik televisi.

Kewajiban melakukan praktik kerja magang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dari Universitas Multimedia Nusantara. Seluruh mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dapat mengambil sks magang yang berbobot 4 sks, jika sudah menyelesaikan paling sedikit 110 sks. Waktu pelaksanaan praktik kerja magang ini ditentukan oleh pihak universitas selama 40 hari kerja. Selama melakukan praktik kerja magang, mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan pekerjaan yang sesuai dengan peminatannya.

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

Penulis sendiri melakukan praktik kerja lapangan di bidang riset dan pengembangan, khususnya riset dan pengembangan pada televisi. Kesempatan melakukan praktik kerja lapangan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa dan mahasiswi untuk memperoleh keterampilan dalam dunia kerja dan bisa mengaplikasikan teori atau pelajaran yang sudah diperoleh di dalam kelas selama berkuliah.

1.2 Tujuan Kerja Magang

a. Mengimplementasikan teori *rating* dan *sharing* yang telah dipelajari selama kuliah ke dalam dunia kerja atau praktek.
b. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman di lingkungan kerja.
c. Melatih mahasiswa untuk mengindentifikasikan dan menyelesaikan berbagai masalah yang mungkin terjadi di dunia kerja.
d. Mengetahui dan mempelajari proses kerja di bidang jurnalistik.
e. Mempersiapkan mahasiswa agar siap terjun ke dunia kerja.
f. Menambah pengetahuan yang mungkin belum atau tidak didapatkan di dalam bangku kuliah.

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan pratik kerja magang yang penulis lakukan dimulai pada tanggal 8 Juni 2015 dan berakhir pada tanggal 12 Agustus 2015. Setiap harinya penulis datang pada pukul 09.00 WIB dan pulang pada pukul 18.00 WIB, mulai hari Senin sampai dengan hari Jumat. Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan sebelum penulis melaksanakan kerja magang, antara lain :

a. Sudah menyelesaikan 110 sks, dan mengambil KM-01 untuk diisi nama perusahaan yang akan dituju.
b. Setelah KM-01 diisi, maka langsung diserahkan kepada admin program studi ilmu komunikasi, untuk ditandatangi oleh ketua program studi.
c. Setelah KM-01 disetujui oleh ketua program studi, maka kami sebagai mahasiswa diberikan KM-02 sebagai surat pengantar untuk melakukan kerja magang yang dikeluarkan resmi oleh kampus UMN.
d. KM-02, *curriculum vitae*, dan *transcript* nilai penulis kirimkan melalui *e-mail* ke HRD Kompas Tv.
e. Menanggapi *e-mail* yang penulis kirim, Dita selaku HRD Kompas Tv memanggil penulis pada tanggal 27 Mei untuk datang dan *interview* di Kompas Tv Building.
f. Penulis diterima untuk magang menjadi *Content Analyst* pada divisi *research and development* Kompas Tv.

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015

g. Pihak HRD Kompas Tv memberikan surat keterangan diterima magang yang akan diserahkan kepada kampus untuk ditukar dengan KM-03 sampai KM-07.

Selama melakukan kerja magang, penulis dibimbing oleh Mulatua Hasiholan selaku *supervisor* dari divisi *research and development* bagian *content analyst*. Saat melakukan kerja magang selama 40 hari, penulis diajarkan untuk membuat *by minute content* atau menit per menit, memasukan *rating* dan *sharing* program, membuat *top bulletin*, dan merekap program-program yang ada di Kompas Tv.

Penulis juga diajarkan bagaimana cara membuat ulasan suatu program, dimana ulasan tersebut akan berpengaruh pada lanjut atau tidaknya program tersebut. Penulis juga kerap diikut sertakan dalam rapat mingguan divisi *content analyst*, dan penulis bisa mengutarakan pendapat kelebihan dan kekurangan sebuah program pada rapat tersebut.

Alur kerja content..., Monica, FIKOM UMN, 2015