



### **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.

Tabel 2.5 Daily Audience Shree Week .....	19
Tabel 2.6 Program NET. TV .....	21
Tabel 3.2 Tabel Tugas Mingguan .....	33

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Dalam perkembangan yang serba digital, media massa yang dianggap paling mempengaruhi khalayaknya dalam penyampaian informasi adalah televisi. Hal ini dikatakan oleh menurut Elvinaro Ardianto dan Siti Karlinah, bahwa dari semua media komunikasi yang ada, televisi yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia (Ardianto & Karlina, 2007, h. 134).

Dengan adanya televisi, *audience* atau penonton dengan cepat dan serempak mendapatkan informasi dan hiburan dalam waktu yang bersama secara luas dan heterogen (Nurudin,2007,h. 9).

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang terbaru dan menyebarkan kepada khalayak umum (Baksin,2006, h. 16). Pada umumnya televisi dapat dijadikan alat (media) yang efektif dalam proses komunikasi. Menurut Effendy, fungsi dari media adalah untuk menyiarkan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) (Effendy,2006, h. 35).

Dengan adanya kehadiran televisi di tengah-tengah kehidupan manusia televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum, karena televisi sifatnya yang audiovisual dan merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang konsumtif dan permisif/terbuka. (Effendy,2003, h. 174).

Semua stasiun televisi setiap harinya berusaha menyajikan berbagai macam program dengan jumlah yang cukup banyak dan berbagai macam jenis. Menurut Morisan (2013, h. 218) sebuah program dapat dikelompokkan menjadi dua bagian berdasarkan jenisnya yaitu program informasi (*news*) dan program hiburan (*entertainment*). Program itu dapat dikatakan menarik dan disukai oleh *audience* atau penonton selama program tersebut dapat menghibur mereka.

Kini dengan berkembangnya dunia pertelevisian di Indonesia, program-program di Indonesia beraneka ragam dan semakin banyak. Dalam seiring pesatnya persaingan antar stasiun tv satu dengan lainnya, setiap stasiun saling berlomba-lomba untuk mendapatkan minat dari *audience* atau penonton untuk dinikmati dan di gemari untuk dijadikan sebuah kegiatan.

Salah satunya adalah program acara talkshow merupakan sebuah format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dan realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan (Naratama, 2005, h. 63)

Sementara menurut Morissan, acara *talkshow* merupakan perbincangan yang menampilkan dipandu oleh satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (Morissan, 2013, h. 222). Biasanya topic yang diangkat merupakan hal-hal yang sedang menjadi perbincangan hangat di kalangan kehidupan masyarakat.

Dalam proses pembuatan sebuah program menurut Wahyudi (1994, h. 26) program acara dalam sebuah stasiun televisi dapat diperoleh dengan dua cara yaitu dapat diproduksi sendiri dan dapat diproduksi dengan bekerjasama dengan pihak lain, hasil pertukaran program dengan stasiun televisi lain, dibeli dari rumah produksi (PH) dari stasiun televisi lain. Mau dari berbagai macam produksi dari macam-macam cara, namun materi acara baik terdiri dari pesan serta audio maupun visual harus sesuai dengan ketentuan dan kebijakan yang ada baik intern dan pemerintah.

Dalam hal ini penulis bekesempatan untuk menjadi salah satu bagian dari tim *creative* INI TALKSHOW selama periode magang. Disini penulis ingin mengetahui secara langsung bagaimana proses produksi sebuah program acara. Penulis pun memilih PT. NET Mediatama Indonesia yang terletak di The East Tower Jl, Lingkar Mega Kuningan Kav. E No 1 Lantai 27-30, Kuningan Timur, Jakarta Selatan.

Saat ini banyak stasiun televisi yang berkembang di Indonesia. Mereka pun saling berlomba mendapatkan ketertarikan dari para khalayak agar program acara yang dibuatnya bisa mendapatkan nilai *rating* tertinggi dan disukai oleh khalayak umum untuk menjadikan sebuah hiburan.

Oleh karena itu, Universitas Multimedia Nusantara melalui Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Jurnalistik yang mempelajari Videografi, Editing dan Pasca Produksi TV selalu berusaha mempersiapkan dan mencetak sumber daya manusia yang dapat menjawab tantangan yang dihadapi di dunia broadcasting. Sementara itu, untuk bisa menjadi sebuah program, ada tiga bagian yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Dengan tiga tahapan tersebut, sebuah program bisa dikemas dan ditayangkan dengan baik. Dengan adanya mata kuliah magang bagi setiap mahasiswanya bisa mempraktekan langsung ilmu yang sudah didapati ke dunia kerja nyata

## **1.2 MAKSUD DAN TUJUAN MAGANG**

Kerja magang dilaksanakan dengan tujuan agar mahasiswa memiliki kemampuan secara profesional dalam melakukan praktik kerja nyata, yakni sebagai berikut.

- a. Menerapkan dan mengembangkan pengalaman kerja nyata melalui pengaplikasian ilmu dalam magang
- b. Mampu beradaptasi dan bersosialisasi dengan baik dalam lingkungan kerja.
- c. Mengembangkan potensi diri dan mental untuk menyelesaikan atau hambatan yang dialami di dunia kerja

- d. Mampu menyelaraskan pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan dunia kerja

### **1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN MAGANG**

#### **1.3.1 WAKTU PELAKSANAAN MAGANG**

Waktu pelaksanaan kerja magang yaitu selama tiga bulan dari 29 Juni hingga 29 September 2015 bertempat di kawasan The East Tower Jl, Lingkar Mega Kuningan Kav. E No 1 Lantai 27-30, Kuningan Timur, Jakarta Selatan. Dalam pelaksanaan magang penulis bekerja selama lima hari kerja (Senin s.d Jumat). Dengan waktu dua belas jam dalam sehari dimulai pukul 13.00 WIB hingga 00.00 WIB, namun terkadang bisa lebih pagi dan lebih lama apabila harus jemput bintang tamu dan ikut syuting dua kali dalam sehari.

#### **1.3.2 PROSEDUR PELAKSANAAN MAGANG**

##### **1.3.2.1 Pra Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum melaksanakan kegiatan magang, penulis sudah mengikuti seminar magang sebagai syarat mengikuti praktik kerja magang di suatu perusahaan yang berkaitan dengan jurusan, sementara dalam seminar ini penulis dijelaskan oleh pihak kampus syarat apa saja yang harus dipenuhi sebelum mengambil praktik magang dan ketentuan perusahaan yang layak untuk diajukan untuk Pratik magang. Yang sebelumnya juga penulis sudah diberi bekal ilmu pengetahuan yang cukup saat menjalankan kuliah di Universitas Multimedia Nusantara.

Pengajuan kerja magang dimulai dengan permohonan izin dari mahasiswa yang dibantu oleh pihak universitas untuk mengajukan diri agar diterima di beberapa perusahaan yang dituju, salah satunya PT NET Mediatama Indonesia. Surat pengantar tersebut ditandatangani

oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Setelah diterima di perusahaan, mahasiswa membuat surat pernyataan diterima di tempat magang tersebut.

#### **1.3.2.2 Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan kerja magang tepat pada tanggal 29 Juni 2015, dan berada pada bimbingan pembimbing lapangan yakni Rifqi Arsalan, Tegar Bangun dan Nurfauzi Ahmad selaku Producer, Aya Zahir, Nita Halimah, Adrian Prambudi, Luvi Ressay, Fella selaku Creative. Dalam kerjanya penulis juga bekerja sama dengan para crew yang terdiri dari *Producer, Producer Assistant, Creative, Talent, Wardorbe, Make up artist, Floor Director, Campers, Cast* dan masih banyak lagi. Penulis juga belajar tahapan praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Menurut Zettl (2006) tahapan produksi dibagi kedalam tiga tahap yaitu :

- Praproduksi adalah saat dimana semua persiapan dan aktivitas sebelum masuk ke studio atau lapangan. Biasanya saat ini adalah saat dimana ada penetapan kru, talent, lokasi dan pembuatan serta pematangan ide.
- Produksi adalah saat seluruh kru dan peralatan mulai ditempatkan di lapangan/studio. Pengambilan gambar dan perekaman suara adalah inti dari produksi.
- Pascaproduksi adalah saat mengedit video dan suara agar tersinkronisasi. Perbaikan warna, perbaikan level suara dan penambahan efek-efek gambar dan suara dilakukan saat editing.

#### **1.3.3 PENYELESAIAN KERJA MAGANG**