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

Dalam *Communication and Human Behavior*, Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart (2006: 356) mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan perluasan dari komunikasi publik. Ketika bentuk-bentuk teknologi media massa dipakai sebagai sarana, pesan-pesan yang informatif, persuasif, dan menghibur dapat diperkuat, digandakan, dan didistribusikan ke publik.

Seiring dengan perkembangan zaman, informasi menjadi komoditas dasar manusia disamping kebutuhan pokok. Organisasi komunikasi massa membuat, mendistribusikan, serta memasarkan produk dan jasa berupa informasi.

Model komunikasi massa dibawah ini akan menjelaskan lebih lanjut:

Gambar 1.1
Model of Mass Communication

Deskripsi:
Organisasi komunikasi massa membuat dan mendistribusikan produk dan/atau jasa berupa informasi

Organisasi:
- Jaringan televisi
- Penerbitan koran
- Pembuat film
- Penerbitan majalah
- dll

Deskripsi:
Produk dan/atau jasa berupa informasi didistribusikan ke audiens

Produk/jasa:
- Program televisi
- Koran
- Film
- Majalah
- dll

Deskripsi:
Informasi bersaing untuk diperhatikan, diterima, dan digunakan audiens

Audiens:
- Individu
- Pasangan, keluarga, kolega, dll
- Grup
- Organisasi, masyarakat

Kegunaan:
- Informasi
- Hiburan
- Persuasi
- Edukasi
- dll

Sumber: Ruben & Stewart, 2006: 366

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

Lebih jauh, Charles Wright, seorang sosiolog dan ilmuwan komunikasi massa mengatakan bahwa komunikasi massa memiliki empat fungsi utama, yakni:

a. Pengawasan *(surveillance)*: media massa menyediakan berita agar audiens tahu perkembangan di lingkungannya yang mungkin berdampak langsung pada dirinya. Komunikasi massa sebagai pengawas dapat memberi peringatan, menyiagakan audiens akan bahaya seperti bencana alam atau teroris.
b. Korelasi *(correlation):* media massa menerjemahan informasi mengenai kejadian sehari-hari. Fungsi ini berguna bagi audiens untuk menentukan relevansi suatu berita terhadap dirinya.
c. Sosialisasi *(socialization)*: komunikasi massa membuat audiens berpartisipasi dalam masyarakat tempat ia tinggal. Media massa menyediakan pengalaman umum, mendorong ekspektasi bersama, serta memberitahu perilaku pantas dan tidak pantas dalam masyarakat. Komunikasi massa juga bermanfaat untuk menyampaikan tradisi dari generasi ke generasi.
d. Hiburan *(entertainment)*: media massa merupakan sumber bagi hiburan publik. Media massa menyediakan pengalihan dan pelepasan bagi audiens.

(Ruben & Stewart, 2006: 365-368)

Berangkat dari fungsi menghibur itulah, media massa kemudian menyediakan produk-produk hiburan. Tidak terkecuali televisi sebagai salah satu media massa, yang kerap menyediakan berita hiburan dalam bentuk *soft news* atau *feature*. Daya Kishan Thussu dalam *News and Entertainment* (2007: 15) juga mengakui bahwa kisah mengenai selebriti dan *human interest* lebih mudah dipasarkan ketimbang berita mengenai politik atau isu kebijakan.

Sejarah berita tentang dunia hiburan *(entertainment)* dapat ditelusuri hingga ke era Ratu Victoria di Inggris (1819-1901). Kala itu, masyarakat begitu terobsesi dengan sang ratu dan keluarga kerajaan, hingga para jurnalis dan editor surat kabar harus memastikan Ratu Victoria tetap cantik dengan cara

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

menyesuaikan fotonya agar tampak lebih langsing dan lebih muda. Meningkatnya permintaan untuk berita dengan ilustrasi, membuat Charles Pathé memanfaatkan perkembangan teknologi film dan membuat *newsreel* pertama, yaitu Pathé News di tahun 1908.

Bahkan sebelum Perang Dunia I meletus, Pathé sudah mampu memproduksi berita harian untuk kota London. *Cameramen* Pathé dapat mengikuti Raja George V di pagi hari, dan menayangkan beritanya pada pukul 8 malam di hari yang sama (Thussu, 2007: 19). Pada tahun 1930, Pathé telah mampu memproduksi tayangan berita, dunia hiburan, olahraga, budaya, dan isu perempuan melalui berbagai program, termasuk Pathétone Weekly, Pathé Pictorial, the Gazette, dan Eve's Film Review (British Pathe, 2014).

Terminologi *'infotainment'* mulai muncul di akhir era 1980an, dan menggabungkan kata *'information'* (informasi) dan *'entertainment'* (hiburan) dalam program berita televisi atau *current affairs* (Thussu, 2007: 7).

Konsep *infotainment* berawal dari kerjasama antara John Hopkins University (JHU), Baltimore, Amerika Serikat, dengan *Center of Communication Program (CCP)*. Universitas yang terkenal dengan riset kedokterannya tersebut mempunyai misi kemanusiaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui beragam aspek kesehatan. Melalui kerjasamanya dengan CCP, mereka merumuskan berbagai metode penyampaian pesan kesehatan yang secara efektif dapat merubah perilaku positif. Salah satu konsep pesan yang dihasilkan adalah *infotainment.*

Ide dasarnya berangkat dari asumsi bahwa meski informasi dibutuhkan oleh masyarakat, mereka tidak dapat menerimanya begitu saja. Apalagi jika informasi itu berusaha untuk merubah sikap negatif manusia menjadi sikap positif. Oleh karena itu, disisipkanlah *entertainment* (hiburan) yang dapat menarik perhatian masyarakat di tengah-tengah penyampaian *information* (informasi). Dari sini, muncullah kata *infotainment*, yakni acara yang bersifat informatif namun dibungkus dengan *entertainment* (Syahputra, 2006: 66).

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

Konsep ini kemudian diadopsi oleh media massa, sehingga muncul definisi *infotainment* seperti di *Oxford English Dictionary* yang mendefinisikannya *sebagai* materi penyiaran yang bertujuan untuk menghibur sekaligus memberi informasi. Sementara itu, *Key Concepts in Political Communication* menjelaskannya sebagai kombinasi antara kata *'information'* (informasi) dan *'entertainment'* (hiburan), memberi kesan bahwa *infotainment* menggabungkan hiburan dan informasi dalam program berita atau *current affairs* di televisi. (Thussu, 2007: 8)

Barb Palser dalam *Choosing News: What Gets Reported and Why* (2012: 16-17) mengatakan bahwa ada kalanya berita yang menggabungkan informasi dan hiburan disebut sebagai *infotainment*. Namun dia juga menambahkan, berita *entertainment* (hiburan) merupakan berita tentang selebriti, program televisi, film, dan musik. Meski ada sejumlah jurnalis yang mengatakan bahwa berita hiburan atau *entertainment* buang-buang waktu, berita *entertainment* umumnya menarik penonton lebih banyak ketimbang *hard news*. Penonton yang lebih banyak sama dengan pemasukan lebih banyak bagi stasiun televisi. Oleh karena itu, beberapa televisi menghadirkan berita *entertainment* di samping *hard news*.

Iswandi Syahputra dalam *Jurnalistik Infotainment* mengatakan, beberapa ahli komunikasi dan media menganggap *infotainment* sebagai *soft journalism*, jenis jurnalisme yang mengedepankan berita-berita sensasional, personal, dengan selebriti sebagai fokus liputannya (2006: 8).

Hal ini diawali dengan berkembangnya program Cek&Ricek (RCTI) dan Kiss (Indosiar) di awal tahun 2000. Mestinya program *infotainment* dibuat untuk memberi informasi sekaligus menghibur. Namun lambat laun, menjadi tidak jelas tolak ukur dan apa yang dimaksud dengan 'informasi' dalam program *infotainment* di Indonesia. Hal ini bisa meliputi berita faktual maupun rumor atau gossip (Astuti, 2007).

KompasTv (PT. Gramedia Media Nusantara) didirikan oleh Kompas Gramedia pada tahun 2008. Sesuai dengan tagline-nya, yaitu "Inspirasi

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

Indonesia", KompasTv merupakan perusahaan media yang menyajikan konten tayangan televisi inspiratif dan menghibur untuk keluarga Indonesia.

KompasTv memiliki visi "Menjadi organisasi yang paling kreatif di Asia Tenggara yang mencerahkan kehidupan masyarakat", dan misi "Menayangkan program-program dan jasa yang informatif, edukatif, dan menghibur. Melibatkan pemirsa dengan program-program yang independen, khas, serta memikat yang disajikan melalui layanan multiplatform."

Sesuai dengan visi-misi tersebut, maka KompasTv mengemas program *news, adventure & knowledge,* serta *entertainment* yang mengedepankan kualitas. Adapun beberapa program yang masuk dalam kategori *entertainment* adalah:

- Stand Up Comedy Indonesia
- Klik Arbain
- Comic Story
- Showcase
- Newstar
- Jalan Sesama

Selama bulan Juli-Agustus 2014, penulis bekerja magang di program Newstar. Program ini membahas dunia musik, berita artis dalam dan luar negeri, *review* film dan buku yang sedang tren, menjadi perhatian, dan buruan masyarakat. Selain itu, Newstar juga memberikan referensi acara musik, seni, teater, dan hal-hal seputar dunia hiburan dengan informatif.

Program Newstar menayangkan 3 (tiga) segmen setiap harinya. 2 (dua) segmen pertama diisi oleh berita artis dalam negeri dan dikerjakan oleh *production house* bernama Sinergy Production, sementara segmen terakhir dikerjakan oleh reporter dan produser Newstar.

Menarik ketika mengetahui KompasTv memiliki program berita *entertainment,* dan berupaya untuk menjadikannya tayangan yang informatif dan berkualitas sesuai dengan visi misi serta *tagline* yang diusungnya.

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang merupakan kewajiban akademis yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa semester 6 ke atas di Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang bertujuan untuk:

1. Mengenalkan mahasiswa pada dunia kerja professional
2. Mengembangkan pengetahuan dan pengalaman mahasiswa sesuai dengan ilmu yang telah dipelajari di universitas
3. Memberikan pelatihan kerja bagi mahasiswa sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja di masa yang akan datang
4. Untuk mengetahui peran dan tugas *Production Assistant* (PA) dalam program Newstar KompasTv secara nyata

1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktek kerja magang merupakan kewajiban yang harus diselesaikan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai bagian dari studi-nya. Sebelum melakukan praktek kerja magang, penulis dibekali pengetahuan dari seminar magang dan skripsi. Diberikan di semester 6 oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Bertha Sri Eko, Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Pak Ambang Priyonggo, dan Ibu Sandra Handayani selaku psikolog, seminar tersebut salah satunya bertujuan untuk mengenalkan penulis pada dunia kerja yang akan dimasuki. Materi dari seminar tersebut antara lain:

1. Memberikan *briefing* mengenai dunia kerja secara umum
2. Memberikan tips dalam dunia kerja secara umum
3. Mengenalkan aturan tidak langsung dan sopan santun dalam dunia kerja secara umum
4. Memberitahu tentang apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan dalam dunia kerja secara umum

Setelah itu, penulis mengajukan permohonan surat pengajuan praktek kerja magang pada Admin Ilmu Komunikasi. Surat tersebut nantinya akan

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

ditandatangani oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi (Kaprodi), kemudian diberikan pada perusahaan yang dituju beserta CV, transkrip nilai, dan portfolio yang dibutuhkan.

Pada bulan Maret 2014, penulis mengajukan lamaran magang pada KompasTv dan Kompas Gramedia Magazine, namun tidak mendapat jawaban. Pada bulan Mei 2014, penulis kembali mengirim lamaran pada KompasTv atas rekomendasi Clara Alverina yang sudah diterima terlebih dahulu. Bulan itu juga, penulis mendapat panggilan wawancara dari KompasTv dan diminta menghubungi lagi sebulan kemudian (Juni 2014) untuk memastikan ketersediaan tempat magang untuk periode Juli – Agustus 2014.

Pada tanggal 2 Juni 2014, penulis menghubungi Yossa Prawira selaku karyawan *Human Resource Department (HRD)* dan mendapat kepastian bahwa penulis diterima magang di KompasTv untuk periode 1 Juli – 31 Agustus 2014. Penulis diminta datang pada tanggal 1 Juli untuk ditempatkan di divisi yang membutuhkan.

Pada akhirnya, penulis ditempatkan di divisi News Magazine sebagai Production's Assistant (PA) di program Newstar, dibawah bimbingan Gatra Ulido sebagai produser. Penulis lantas meminta surat keterangan diterima oleh pihak KompasTv, lalu mengurus Formulir Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang dari Universitas Multimedia Nusantara.

Setelah menyelesaikan praktek kerja magang, penulis membuat laporan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan penulis sehari-hari dengan berkonsultasi dengan reporter dan produser di program Newstar.

Di bawah ini merupakan rincian tahap-tahap awal pelaksanaan kerja magang penulis:

- Tahap pengajuan lamaran kerja magang: Maret – Mei 2014
- Tahap interview: 8 Mei 2014
- Tahap penerimaan kerja magang: 2 Juni 2014

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014

- Tahap masuk kerja magang: 1 Juli 2014
- Tahap pelaksanaan kerja magang: 1 Juli 2014 – 29 Agustus 2014

Peran dan tugas..., Hana Krisviana, FIKOM UMN, 2014