

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi dan seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi komunikasi menghadirkan penemuan alat maupun sistem-sistem canggih yang diciptakan manusia sehingga membuat komunikasi tidak hanya sebatas tatap muka, namun dapat menembus jarak dan waktu. Informasi yang disampaikan dapat diterima dengan serentak oleh masyarakat dalam tempo waktu yang bersamaan. Untuk itu manusia memanfaatkan berbagai media komunikasi massa baik cetak maupun elektronik untuk memenuhi kebutuhan informasi. Media massa seperti televisi berperan sebagai media penyiaran yang mempunyai andil sangat besar dalam penyebaran informasi.

Industri televisi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Sebelum era televisi swasta lahir, TVRI (Televisi Nasional Indonesia) yang menjadi satu-satunya stasiun televisi di Negara ini. Perubahan drastis dimulai ketika di tahun 90'an awal, RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) memulai siaran secara nasional. Sejak itu televisi swasta nasional yang lain mulai bermunculan, seperti INDOSIAR, SCTV, ANTEVE dan TPI. Di era reformasi, mulai tahun 1999 lahir 5 stasiun televisi nasional baru, antara lain METRO TV, TRANS TV, TV ONE dan TV7 (di tahun 2007 berubah nama menjadi TRANS 7 karena diakuisisi oleh TRANS CORP) yang mengudara hingga sekarang.

Maraknya stasiun televisi yang mengudara di Indonesia ini memacu setiap stasiun televisi untuk memproduksi beragam tayangan guna menarik minat khalayak. Tayangan televisi biasanya membawa banyak dampak dalam kehidupan masyarakat, baik positif atau negatif. Kehadiran mereka pun sering menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat. Pada satu sisi masyarakat dipuaskan oleh kehadiran mereka yang menayangkan hiburan dan memberikan informasi, namun di sisi lain mereka pun tidak jarang menuai kecaman dari masyarakat karena tayangan-tayangan mereka yang kurang bisa diterima oleh masyarakat ataupun individu-individu tertentu. Bagaimana pun juga, dewasa ini televisi telah menjadi sebuah keniscayaan dalam masyarakat. Kemampuan televisi yang sangat menakjubkan untuk menembus batas-batas yang sulit ditembus oleh media masa lainnya.

Praktisi Don Bosco Salamun (2005) memperkirakan, dalam 3-5 tahun ke depan, program-program berita televisi khususnya televisi-televisi yang kuat secara *financial* akan meninggalkan semua sistem analog dan manual dan beralih ke dalam bentuk teknologi *on line* yang jauh lebih canggih, "ringkas" dan super cepat, dengan tingkat presisi teknis yang jauh lebih akurat. Kehadiran virtual set juga tidak hanya akan membuat sistem studio lebih ringkas tetapi juga lebih variatif dan hidup.

Perkembangan program berita televisi ini juga ditandai dengan kemajuan baru dalam bentuk sinergi *content* maupun sinergi sumberdaya manusia (SDM). Sinergi *content* misalnya terjadi antara Koran *Media Indonesia* dengan Metro TV, Kompas dengan TV7, RCTI dengan Koran *Sindo*, atau J-TV dengan Koran *Jawa*

Pos Group. Selain sinergi dengan koran, juga terjadi sinergi dengan *Website*, *WAP*, *video streaming* melalui internet dan lain-lain.

Sinergi ini akan berdampak besar dalam peningkatan kinerja jurnalistik televisi baik *content*, *packaging*, maupun teknologinya seiring dengan perkembangan *IT* dunia yang berkembang sangat pesat tanpa henti. Orang akan mendekam di kamar untuk mencari berita melalui televisi, kontras dengan sepuluh tahun lalu, orang harus ke luar rumah untuk mencari koran agar mendapatkan berita terbaru.

Untuk memenuhi syarat kelulusan penulis telah menuntaskan Kuliah Kerja Media (KKM) Program Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta secara rutin yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kerja praktek atau magang. Program KKM ini berorientasi pada kerja praktis, dimana para mahasiswa dapat mempraktekkan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah. Untuk itu, dalam program ini membutuhkan kerja sama dengan instansi – instansi atau perusahaan-perusahaan sebagai tempat bagi mahasiswa untuk melaksanakan kerja praktek. Penulis melakukan Kuliah Kerja Media (KKM) selama satu bulan dari tanggal 1 Februari 2011 sampai 1 Maret 2011 di PT. Televisi Transformasi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan sebutan TRANS TV, adalah salah satu stasiun televisi swasta yang sudah tidak asing lagi di mata masyarakat. Kehadiran stasiun televisi dengan format *entertainment* atau hiburan ini mampu bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Oleh karena kesempatan yang diberikan TRANS TV untuk melaksanakan Kuliah

Kerja Media (KKM) kepada penulis, dalam program acara Benoe Boeloe dan Harmoni Alam, maka penulis berkeinginan untuk berbagi ilmu dan pengalaman mengenai seluruh aktivitas yang telah dilaksanakan selama KKM.

Dalam suatu program acara televisi melibatkan banyak peralatan, orang, dengan biaya yang besar, selain itu juga memerlukan suatu organisasi yang rapi serta memerlukan suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien, setiap tahap harus jelas kemajuannya dibandingkan dengan tahap sebelumnya. Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut dengan SOP (*Standard Opeation Procedure*). Begitu pula program acara Benu Boloe yang dikemas dengan durasi 30 menit juga menggunakan tahapan produksi dengan *SOP*.

Dalam hal ini penulis akan memaparkan lebih jauh tentang proses produksi Benu Boloe yang dimulai dari :

- a. Pra-produksi (riset, ide, perencanaan, persiapan)
- b. Produksi (pelaksanaan)
- c. Pasca-produksi (penyelesaian dan penayangan)

Divisi *News Magazine* secara perusahaan berada langsung di bawah pimpinan Direktur Utama yang bertanggung jawab pada divisi-divisi yang lain. Kepala Divisi *News Magazine* sendiri memiliki kewenangan untuk menjadi coordinator utama dalam proses produksi Divisi *News Magazine* dan laporan pertanggungjawab (*report*) langsung kepada Direktur Utama Perusahaan. Divisi ini dalam struktur kerja terbagi menjadi program-program yang didalamnya terdapat sebuah team atau unit kerja masing-masing. Setiap unit kerja dipimpin oleh seorang

Produser. Adapun unit kerja secara utuh terdiri atas Produser, Asisten Produser, Reporter, Kameramen, Editor dan Asisten Produksi. Stasiun televisi adalah tempat kerja yang melibatkan banyak orang dengan keahlian yang berbeda-beda, harus saling berinteraksi dan berkomunikasi dalam upaya menghasilkan siaran yang sebaik mungkin. Kesuksesan suatu program acara ini terdapat pada sebuah sentuhan karya *audio visual* oleh mereka.

B. Tujuan Pelaksanaan Magang

Tujuan diadakannya kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi tugas dan melengkapi syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md.) dalam bidang Komunikasi Terapan khususnya bidang *Broadcasting*.
2. Dapat mengaplikasikan semua ilmu yang sudah dipelajari saat berada di bangku kuliah khususnya pada bidang penyiaran.
3. Mendapatkan pengalaman bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.
4. Melatih kemampuan komunikasi dan mental penulis dalam bekerja sama dengan orang lain dalam dunia kerja.
5. Meningkatkan kreativitas dan profesionalitas mahasiswa agar siap dalam persaingan dalam dunia kerja.

C. Manfaat Pelaksanaan Magang

Manfaat diadakannya kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana mahasiswa untuk belajar bertanggungjawab terhadap penyelesaian tugas yang telah diberikan.
2. Mendapatkan lingkungan baru dalam dunia kerja yang nyata dimana mahasiswa dituntut untuk cepat beradaptasi, pandai bersosialisasi, berinteraksi, dan mengembangkan diri.
3. Mahasiswa mampu mengapresiasi ilmu yang telah didapatkan dibangku perkuliahan dalam dunia kerja baik di dalam kantor maupun ketika di lapangan.
4. Pada kenyataannya mahasiswa mampu lebih mengenal banyak orang dengan latar belakang, karakter dan tipekal yang bermacam-macam dari berbagai daerah asal sehingga dapat meningkatkan keberanian dan jiwa sosial yang lebih tinggi terhadap diri mahasiswa pribadi.

D. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang

Berdasarkan peraturan lembaga dan berbagai macam informasi, referensi, rekomendasi juga pertimbangan mengenai pelaksanaan atau ketentuan Kuliah Kerja Media (KKM) yang dilaksanakan Program DIII Penyiaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010, penulis memutuskan untuk memilih PT TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA yang beralamatkan di Jalan Kapten Piere Tendean 12-14a Mampang, Jakarta Selatan.

Kegiatan berlangsung mulai dari periode 1 Februari sampai dengan 1 Maret 2011 atau kurang lebih selama satu bulan.