

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

Penulis melakukan kegiatan Kerja Praktik di perusahaan PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV), penulis tergabung dalam divisi produksi program siaran hiburan STMJ, membantu tugas asisten produser dalam memproduksi Iklan Layanan Masyarakat, dan bertugas sebagai *prompter* dalam produksi *live* kuis Tul Jaenak. Setelah melakukan tugas-tugas dalam divisi produksi program siaran, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam memproduksi program siaran membutuhkan tahapan-tahapan. Tahapan dalam produksi program siaran adalah dari *pre-production planning, set up and rehearsal, production, dan post-production*.

Selama penulis ditugaskan dalam proses produksi program siaran, divisi produksi program siaran JTV telah sesuai dengan tahapan produksi program siaran. Dalam proses produksi program siaran, terkadang beberapa muncul beberapa kendala teknis ataupun permasalahan tak terduga. Namun tetap dapat teratasi dengan baik dan dapat berlanjut ke tahap produksi selanjutnya. Berdasarkan pengalam penulis juga, pentingnya mengikuti tahapan proses produksi program siaran agar proses produksi memiliki tolak ukur persiapan.

IV.2. Saran

Setelah melaksanakan Kerja Praktik secara *hybrid* di JTV dalam divisi produksi program siaran, penulis memiliki beberapa saran kepada JTV dan divisi produksi program siaran. Diharapkan dengan saran yang penulis berikan dapat

menjadi masukan positif bagi JTV dan divisi produksi program siaran. Saran dari penulis adalah :

1. Pembagian tugas kepada “anak magang” yang terkadang membuat penulis bingung. Hal tersebut dikarenakan divisi produksi program siaran memiliki beberapa projek yang dikerjakan. Penulis terkadang bingung dengan tugas dadakan yang diberikan.
2. Jadwal *tapping* program siaran STMJ yang tidak terjadwal. Hal tersebut dikarenakan mengikuti jadwal *host* dan ketersediaan studio sebagai lokasi *tapping*.

Dengan adanya saran yang penulis berikan dapat menjadikan JTV stasiun televisi yang lebih baik kinerja para tim dan hasil karya yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Effendy, O. U. (1989). *Kamus Komunikasi*. Mandar Maju.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. PT. Grasindo.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

JURNAL

- Agustim, W. (2018). Segmentation, Targeting And Positioning Analysis By Broadcasting Program Radio Mitra 97,0 Fm Batu City Warter Agustim Universitas Tribhuwana Tunggadewi. *Jurnal Universitas Tribhuwana Tunggadewi*, 1(3), 1–11.
- Cahayadi, M. L., Fatimah, J. M., & Aziz, S. (2018). *KEBIJAKAN SEGMENTASI KHALAYAK PROGRAM SIARAN Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting*. 7(1), 124–132.
- Haikal, A., Septian, R., & Ichsan, M. (2018). Memilih Segmentasi Penonton dalam Perencanaan Program Televisi (Studi Siswa Magang SMK 4 Bekasi di BSI TV). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 20.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Kuswita, H. (2014). PERENCANAAN DAN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI PENDIDIKAN DI TELEVISI EDUKASI. *Komunikologi*, 11.