

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi mempunyai definisi yaitu sebuah transmisi sebuah pesan dari sumber kepada penerima, lebih dari 50 tahun konsep komunikasi dikemukakan oleh Harold Lasswell, menurut Laswell ada beberapa pertanyaan yang bisa menjawab dan menggambarkan komunikasi yaitu siapa komunikator nya? Bercerita tentang apa? Menggunakan media apa? Kepada siapa? Dan apa efek nya?. Dari beberapa pertanyaan tersebut bisa dipahami bagaimana elemen dasar dari sebuah proses komunikasi yaitu komunikator memberi sebuah pesan, menggunakan sebuah media, pesan diterima komunikan, kemudian muncul efek efek yang ditimbulkan. (Laswell dalam Baran, 1999 : 4).

Komunikasi juga merupakan landasan dari sebuah budaya, setiap hari kita berkomunikasi, menginformasikan sebuah pesan dan kemudian membentuk sebuah pandangan mengenai realitas dan dunia. Budaya terbentuk dari tingkah laku dari beberapa kelompok sosial, menurut M. Haris budaya terbentuk karena tradisi sosial, gaya hidup beberapa kelompok sosial, dan bagaimana mereka berpikir, merasakan, dan beraksi (Harris dalam Baran, 1999 : 9)

Dalam melakukan sebuah komunikasi, khalayak sering menggunakan sebuah medium, atau perantara yang disebut media komunikasi. Media Komunikasi telah hadir di masyarakat sejak lama, media ini juga sering membantu manusia dalam melaksanakan aktivitas sehari hari, selain itu informasi yang didapat dari media juga sangat berguna bagi pengetahuan masyarakat dalam berinteraksi satu sama lain. Media sangat memenuhi kebutuhan informasi sehari hari, tanpa kita sadari media telah mempengaruhi banyak khalayak. Media memberi informasi, menghibur, mereka mengubah emosi, intelektual, dan

intelengensi. Media juga dijadikan sarana untuk mengiklankan suatu produk (Baran, 1999 : 4).

Ketika sebuah pesan disalurkan melewati media, dan media yang digunakan adalah media yang bisa memberikan informasi kepada khalayak dengan jumlah yang banyak, dan daerah jangkauan yang luas, maka itu disebut media massa. Beberapa contoh dari media massa adalah radio, televisi, buku, majalah, koran, film, suara rekaman, internet, media media tersebut dinaungi oleh sebuah industri yang besar. Dengan kata lain media massa mempunyai arti yaitu sebuah sarana , chanel, atau media untuk berkomunikasi, kepada publik, atau alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak menggunakan alat alat komunikasi (Baran, 1999 : 6).

Ketika berbicara mengenai media massa, erat kaitanya dengan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses membuat, menyebarkan arti sebuah pesan antara media massa dan khalayaknya. Menurut Schramm komunikasi massa terdiri dari tiga bagian penting yaitu *decoder*, *interpreter*, *encoder* di dalam sebuah organisasi media. *Decoder* bertugas membaca *feedback* dari khalayak, kemudian diintepretasikan, kemudian pesan tersebut disajikan, disebarkan kepada khalayak, setiap khalayak mengartikan sebuah pesan secara berbeda beda, kemudian timbul *feedback*, dan kembali lagi dibaca oleh *encoder*, Dengan kata lain komunikasi massa merupakan proses membuat, mempublikasikan arti sebuah pesan antara komunikasi massa kepada *audience* nya ( Baran, 1999 : 6 – 7).

Seiring berkembangnya zaman, dan berkembangnya media komunikasi, media televisi merupakan salah satu yang mempunyai efek luar biasa dalam menyebarkan sebuah pesan, dan digemari semua orang. Sedikit sejarah mengenai munculnya televisi, setelah mesin cetak muncul, penemuan paling penting adalah televisi. Televisi berhasil mengubah bagaimana seorang guru mengajar, pemerintah memerintah, pemuka agama dalam memimpin, dan bagaimana kita mengatur perabotan di rumah. Televisi mengubah sifat operasi dan relasi khalayak dari media buku, majalah, dan radio. Tahun 1884 Paul Nikipow mengembangkan

alat untuk menghasilkan sinyal elektrik untuk mentransmisi atau mengirimkan gambar yang dapat dilihat orang. Alat tersebut dinamakan *Nipkow Disc*, berhasil memproduksi 4000 *pixels* per detik. Kemudian di awal tahun 1925 pelopor operasional televisi modern, seorang investor asal Inggris John Logie Baird berhasil mentransmisi gambar bergerak menggunakan mekanikal disc. Di tahun 1928 dia berhasil mengirim sebuah gambar televisi dari London ke Hartsdale, New York (Baran, 1999 : 214)

Televisi merupakan salah satu media yang paling signifikan dalam menimbulkan konstruksi budaya di masyarakat adalah Televisi. Televisi merupakan perkembangan teknologi pengetahuan yang telah hadir di masyarakat sejak lama, teknologi televisi tersebut sangat berkembang pesat hingga saat ini, dan telah menghadirkan inovasi-inovasi terbaru. Televisi sudah bukan menjadi barang mewah lagi, segala golongan masyarakat sudah bisa mengonsumsi acara di televisi, mulai dari golongan atas, menengah, hingga golongan bawah. Televisi merupakan salah satu komunikasi massa, yang pada umumnya media massa berfungsi memberikan informasi yang bisa dikonsumsi oleh siapa saja, dan informasi yang dihasilkan sangat beragam, mulai dari film, sinetron, parodi, musik, intinya sebagai alat menghibur (*entertainment*). Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar (Nurudin, 2007:169).

Selain itu menurut Fred Wibowo televisi merupakan sebagian dari kebudayaan audio visual merupakan medium paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai tumbuh di masyarakat. Unsur esensial dari kebudayaan televisi berupa penggunaan bahasa verbal dan visual, sekaligus dalam rangka

menyampaikan sesuatu seperti pesan, informasi, pengajaran, ilmu, dan hiburan. Sebelum kebudayaan cetak dan tulis berkembang, orang sudah menggunakan bahasa verbal dan visual, misal wayang kulit, pengajaran dengan menggunakan tembang, dan orang tua mendongeng kepada anak anaknya merupakan bahasa audio visual lama. Seorang ahli mengatakan sebagai kebudayaan lisan pertama, itu sebabnya jaman audio visual dengan media elektronik disebut kebudayaan lisan kedua (Wibowo, 2007 : 17)

Kendati kebudayaan televisi disebut kebudayaan lisan kedua, namun tetap terdapat perbedaan yang hakiki dengan kebudayaan lisan pertama. Interaksi dalam kebudayaan lisan pertama sulit untuk dimanipulasikan, sebab komunikasi berlangsung secara tatap muka. Sementara dalam kebudayaan lisan kedua komunikasi sangat mungkin dimanipulasikan dengan kemungkinan kemungkinan teknis yang sempurna. Karakter lain yang merupakan keunggulan televisi merupakan penekanan secara efektif terhadap pesan atau maksud yang dituju dengan mengclose up objeknya, atau memberi pemusatan pandangan (Wibowo, 2007 : 19).

Sebuah acara atau tayangan televisi dipimpin dan direncanakan oleh seorang produser, dalam menjalankan perannya seorang produser akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam yaitu materi produksi, saran produksi, biaya produksi, organisasi pelaksana produksi, dan tahapan pelaksanaan produksi. Berpikir mengenai produksi program televisi bagi seorang produser profesional, berarti juga mengembangkan gagasan bagaimana materi produksi itu, selain menghibur, dapat menjadi sajian yang bernilai, dan memiliki makna, dengan kata lain produksi yang bernilai atau berbobot hanya dapat diciptakan oleh produser yang memiliki visi. (Wibowo, 2007 : 23).

Bertolak dari dorongan kreativitas, seorang produser yang menghadapi materi produksi akan membuat seleksi. Dalam seleksi ini intelektualitas dan spiritualitas secara kritis menentukan materi mana yang diperlukan atau tidak.

Kemudian akan lahir ide atau gagasan. Dilengkapi dengan materi atau bahan lain yang menunjang bahan ini, akan tercipta konsep berupa naskah untuk produksi. Naskah ini merupakan bahan dasar yang perlu dipikirkan oleh seorang produser ketika ia akan memulai berproduksi (Wibowo, 2007 :24).

Dalam suatu produksi program acara televisi tentu melibatkan orang banyak, seperti para astis, crew, fungsionaris lembaga penyelenggara, polisi, aparat setempat dimana lokasi shooting dilaksanakan, dan pejabat yang bersangkutan paut dengan masalah perijinan. Seorang produser harus memikirkan juga penyusunan organisasi pelaksanaan produksi serapi rapinya, jika hal ini tidak dapat disusun secara rapi maka akan menghambat jalanya produksi, berarti juga menyangkut kerugian waktu dan uang. Untuk membantu produser dalam mengendalikan organisasi maka produser dapat dibantu oleh asisten produser atau yang biasa disebut dengan production manager (Wibowo 2007 : 35)

Surabaya merupakan salah satu kota terbesar kedua di Indonesia, kemajuan pembangunan yang pesat juga berimbas kepada kemajuan pertelevisian di Surabaya, salah satu televisi yang berada di Surabaya adalah SBO TV. SBO TV berdiri pada tanggal 1 Mei 2007, stasiun televisi lokal Surabaya ini telah menayangkan berbagai macam program acara hiburan, informasi, dan berita yang dikemas dengan menarik. Saat ini SBO TV telah disaksikan oleh sekitar 180 pemirsa yang tersebar di tujuh kota di seluruh Jawa Timur dan sekitarnya

Penulis memilih Suroboyo TV ( SBO TV) sebagai tempat kerja praktek, karena SBO TV telah menjadi magnet bagi industri media di Surabaya, selain itu tayangan SBO TV juga sangat variatif, terutama bagi kaum remaja, namun stasiun televisi ini juga tidak lupa untuk selalu mengangkat budaya budaya Surabaya. Selain itu Sbo Tv mempunyai berbagai macam acara yang menarik dan *up to date*, penulis menjadi asisten produser dalam program acara Mata Hati, Hipster, Edelweis, Baby Star, Update Ramadhan, Update Malam, namun dalam laporan praktek kerja ini penulis memfokuskan diri terhadap program acara Mata Hati. Hali ini dilakukan agar penulis bisa lebih mudah dalam *mengexplore* peran

seorang asisten produser secara mendalam dalam proses Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi.

Kerja Praktek ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang diterapkan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam kerja praktek ini, mahasiswa diterjunkan langsung ke lapangan sesuai dengan jurusannya masing masing. Hal tersebut bertujuan agar mahasiswa dapat merasakan secara langsung bagaimana dunia pekerjaan secara nyata. Dengan adanya kerja praktek ini diharapkan mahasiswa mendapatkan pengalaman kerja dan dapat menerapkan segala ilmu yang diterima saat berada semasa bangku kuliah. Atas dasar fenomena diatas, penulis ingin mengetahui praktik kerja seorang asisten produser dalam proses produksi tayangan SBO TV.

## **I.2 Bidang Kerja Praktek**

Bidang kerja praktek yang dipilih adalah praktik kerja seorang asisten produser dengan melakukan kerja praktek di SBO TV.

## **I.3 Tujuan Kerja Praktek**

- a. Sebagai persyaratan akademis untuk memenuhi satuan mata kuliah yang harus ditempuh di program studi Ilmu Komunikasi. Sebagai bentuk implementasi dari beberapa mata kuliah yang didapatkan baik secara teori maupun praktek yang diperoleh selama perkuliahan serta relevansi di dalam dunia kerja, khususnya ilmu yang sudah dipelajari dan proses dalam kerja praktek.
- b. Mengetahui secara langsung bagaimana proses produksi acara televisi, serta mengamati bagaimana seorang Asisten Produser dalam proses produksi suatu acara televisi.

- c. Menambah pengetahuan mengenai dunia pertelevisian atau broadcasting di sebuah industri media

#### **I.4 Manfaat Kerja Praktek**

- a. Memberi pengetahuan tentang bagaimana tugas seorang Asisten Produser.
- b. Mempraktekan peran asisten produser yang telah didapat dalam perkuliahan.
- c. Memberi pengetahuan tentang proses produksi asisten produser lewat program Mata Hati.