

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PENGALAMAN KERJA TIM KREATIF DALAM PRODUKSI  
PROGRAM ACARA WOW  
(STUDI PRAKTIK KERJA LAPANGAN DI NET. JAKARTA)**

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya  
dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Broadcasting R-TV**



**Oleh:  
Maulidya Imelda  
2015/BC/4020**

**PROGRAM STUDI D3 PENYIARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA  
2018**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa laporan Praktik Kerja Lapangan dengan:

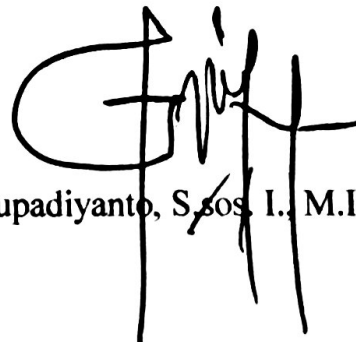
Nama : Maulidya Imelda  
NIM : 2015/BC/4020  
Jurusan : Broadcasting Radio – Televisi  
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

Telah selesai melakukan praktik kerja lapangan di NET. – PT NET MEDIA TELEVISI, The East Tower Jalan DR. Ide Anak Agung Gede Agung Kav. E. 3. 2 No.1 Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia. Pada 6 Maret sampai dengan 31 Mei 2018 di bagian divisi produksi sebagai Tim Kreatif, dan telah menyelesaikan laporan dan siap disidangkan dengan judul:

**“PENGALAMAN KERJA TIM KREATIF DALAM PRODUKSI  
PROGRAM ACARA WOW  
STUDI PRAKTIK LAPANGAN DI NET. JAKARTA”**

Yogyakarta, 31 Agustus 2018

Dosen Pembimbing



Supadiyanto, S.Sos. I. M.I. kom

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji *Broadcasting Radio Televisi* Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 31 Agustus 2018


Pukul : 09:00 WIB

Tempat : Ruang BII-1

1. Supadiyanto, M. I. Kom  
(Pembimbing dan penguji I)

2. Tjandra Setia Buwana, S.I.P  
(Penguji II)

3. Dra. Sudaru Murti, M.Si  
(Penguji III)



STIKOM

**Mengesahkan:**



  
R. Sumantri Raharjo, M.Si  
Ketua STIKOM

**Mengetahui:**



Hanif Zuhana Rahmawati, M.Sn  
Ketua Kaprodi

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Maulidya Imelda  
NIM : 2015/BC/4020  
Judul Laporan : Pengalaman Kerja Tim Kreatif Dalam Produksi  
Program Acara WOW (Studi Praktik Kerja Lapangan di  
NET. Jakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan bersifat orisinil, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja professional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan/ membuat Karya Kreatif di lembaga/industri/industri kreatif dengan bimbingan Dosen Pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam Daftar Pustaka laporan sebagai Rujukan ilmiah; disamping dalam catatan kaki (*footnote*) pada halaman tulisan .
3. Apabila kemudian dihari terbuti saya melakukan tindak plagiasi (*plagiarism*), dan pelanggaran etika Akademik, secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen terpercaya kesahihannya oleh pimpinan STIKOM, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian di publikasikan secara luas oleh STIKOM.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya,

Yogyakarta, 31 Agustus 2018


Maulidya Imelda

## MOTTO

“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun. Karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu”

(Ali bin Abi Thalib)

Siapapun memiliki kemampuan ..  
Untuk menyesuaikan diri dengan apapun  
Selama usahanya dilandasi oleh pengertian

(Sapardi Djoko Damono)

Kita yang hanya bisa mengejar mimpi-mimpi kita  
Menyerah bukanlah jawaban atas segalanya

Jangan hanya terus bermimpi

Tapi lakukan lah...

Bergeraklah...

Agar mimpi-mimpi itu menjadi nyata

(Maulidya Imelda)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai penulis hingga sekarang.
2. Ayah Tiar dan Ibu Yulifah yang telah merawat dan mendidik saya dengan memberikan perhatian dan kasih sayang hingga sekarang.
3. Keluarga saya yang berada di Singkawang, Pontianak, Jakarta dan Jogja yang sudah membantu dalam segala hal.
4. Abang saya Kharisma Bagus Wira, Adik saya Elsa Diana, Saudara saya Angelica Putri Nur Prista, Handy Priyo Nurjulianto serta keluarga besar yang selalu memberi dukungan dan semangat.
5. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing Bapak Supadiyanto, S.sos. I., M.I. kom yang sudah memberi banyak masukan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pimpinan dan seluruh karyawan NET TV yang sudah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat luas di dunia kerja dan memberikan pengalaman yang tidak akan terlupakan.
7. Sahabat-sahabat saya Deden Ardiansyah, Anggie, Dewa Maulid Pratama Nursera Nopitasari, Chairunisa Rosendi, Lulu Amalia, Amalia Ramadini, Okarina Herasmara, Aldismi Larasati, Dickie, Boyke, Lung Ayu, Wibowo, Annas, Nadya Nerissa, Gading, Banny dan teman-teman yang sudah selalu menemaniku saat suka maupun duka.
8. Keluarga Unalova Jogja yang selalu memberikan kebahagiaan dan menemani hari-hariku.
9. Terimakasih kepada seluruh crew di program WOW yang telah membimbing saya sewaktu praktik kerja lapangan.
10. Kepada teman-teman SD, SMP dan SMA yang telah support saya.
11. Teman-teman Broadcast angkatan 2015, yang selama ini sudah menemani.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya.

Tugas akhir ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Komunikasi. Tugas Akhir ini berjudul “Pengalaman kerja tim kreatif dalam produksi program acara WOW di NET.” berisi tentang deskripsi televisi, berita televisi, peran Creative/ Penulis Naskah dalam proses produksi *Repackaging* sehingga menjadi bahan yang siap tayang di layar televisi. Pada kesempatan yang sangat berbahagia ini, Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas karunia, rahmat dan perotolongannya, penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. R Sumantri Raharjo, M. Si., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
3. Hanif Zuhana Rahmawati, M.Sn selaku kaprodi yang telah memberikan dukungan untuk segala urusan magang.
4. Dosen Penguji saya Tjandra Setia Buwana, S.I.P dan Dra. Sudaru Murti, M.Si
5. Supadiyanto, S.sos. I., M. I. Kom selaku pembimbing sekaligus penguji.
6. Divisi Creative di NET TV yang telah memberikan bimbingan
7. Bapak dan Ibu tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan semangat dan motivasi penuh kepada penulis.
8. Seluruh Dosen dan Staff Karyawan/ti Civitas Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM Yogyakarta), khususnya kepada Dosen Broadcasting R-TV.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa di dalam laporan ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk sempurnanya laporan ini.

Akhir kata penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya sehingga dapat menambah sedikit pengetahuan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 31 Agustus 2018

Penulis

Maulidya Imelda



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Praktik Kerja Lapangan .....	5
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....	5
1.4 Waktu Dan Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan .....	5
1.4.1 Waktu pelaksanaan.....	5
1.4.2 Tempat pelaksanaan .....	5
1.5 Metode Praktik Kerja Lapangan.....	6
1.5.1 Paradigma praktik kerja lapangan.....	6
1.5.2 Teknik pengumpulan data .....	6
1.5.3. Jenis data .....	7
1.5.4 Analisis data.....	8
BAB II.....	9
KERANGKA KONSEP.....	9
2.1 Penegasan Judul .....	9
2.1.1 Pengalaman kerja .....	9
2.1.2 Tim Kreatif.....	10
2.1.3 Produksi .....	10
2.1.4 WOW .....	10
2.1.5 NET. Televisi Masa Kini .....	10
2.2 Kajian Pustaka .....	11
2.2.1 Sejarah televisi .....	11
2.2.2 Pengertian televisi .....	12
2.2.3 Karakteristik televisi .....	12
2.2.4 Program acara televisi .....	14
2.3 Tahapan Produksi Program Televisi.....	19
2.3.1 Praproduksi .....	19
2.3.2 Produksi .....	19
2.3.3 Pasca produksi.....	19
2.4 Satuan Kerja .....	19
2.4.1 Produser .....	20
2.4.2 Asisten Produksi .....	20

2.4.3 Kreatif .....	20
2.4.4 Narator.....	21
2.5 Kajian Internet .....	21
2.5.1 Pengertian internet .....	21
2.5.2 Sejarah internet.....	22
2.6 Tim Kreatif Memahami Regulasi Media Penyiaran.....	25
2.6.1 Regulasi Media Penyiaran Youtube.....	26
2.7 Ekstraksi .....	27
<b>BAB III .....</b>	<b>30</b>
<b>DESKRIPSI PERUSAHAAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Sejarah NET. ....	30
3.2 Visi dan Misi .....	32
3.3 Pilar Utama.....	32
3.4 Logo NET. ....	33
3.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	34
3.6 Program Acara.....	35
3.7 Obyek Praktik Kerja Lapangan .....	46
<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
<b>KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Laporan Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan .....	47
4.2 Deskripsi Program WOW NET. ....	50
4.3 Desain Program Acara WOW .....	51
4.4 Desain Penyajian .....	51
4.5 Staf Produksi.....	52
4.5.1 Kreatif WOW NET. ....	53
4.5.2 Tugas dan tanggung jawab tim kreatif WOW NET. ....	53
4.5.3 Pengisi Suara WOW NET.....	55
4.6 Pengalaman Kerja Tim Kreatif Program WOW di NET. Jakarta .....	55
4.7 Tahap Produksi Program WOW NET. ....	56
4.8 Kendala Dan Solusi Tim Kreatif .....	70
4.8.1 Kendala .....	70
4.8.2 Solusi.....	70
<b>BAB V.....</b>	<b>71</b>
<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Kritik Dan Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Founder &amp; Co-Founder</i> NET. ....	34
Gambar 2 <i>Boards of Direction</i> NET. ....	34
Gambar 3 Teknis dan Non Teknis Kegiatan Praktik Kerja Lapangan.....	48
Gambar 4 Persentase Pihak-Pihak Yang Bersangkutan.....	49
Gambar 5 Logo WOW NET. ....	50
Gambar 6 Staf Produksi Program WOW NET. ....	52
Gambar 7 Skema Mekanisme Kerja Tim Kreatif Program WOW NET. ....	54
Gambar 8 Bagan Produksi Tim Kreatif Program WOW NET. ....	57
Gambar 9 Penulis saat membuat naskah.....	59
Gambar 10 Narator sedang membaca naskah bersama.....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Logo NET. ....	33
Tabel 2 Jadwal NET. Senin-Jumat ( <i>Weekday</i> ).....	35
Tabel 3 Jadwal NET. Sabtu-Minggu ( <i>Weekend</i> ).....	40
Tabel 4 Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan .....	47
Tabel 5 Kegiatan Harian PKL Dengan Pihak Yang Bersangkutan.....	48

## **ABSTRACT**

*Current technological advances have a very positive impact on society, one of which is television. In this study the author examines WOW program impressions produced by NET MEDIATAMA. The subject in this paper is how the creative team's work experience in the production of WOW program programs in NET? Based on field work practices that have been implemented. This study used qualitative research methods. Data collection techniques using interviews, literature studies, observations, and participants. Based on the results obtained in the experience of field work practices, interviews with resource persons and practices can directly lead the writer to explain about the depth and workings of creative team fields in NET. The creative team plays a very important role in pre-production starting from looking for material, then when creative production is in charge of script writing, and post-production evaluates and looks for new material. The creative team acts as the person in charge of looking for ideas to support the event to run well. Researchers also observed the creative process with media regulation in Indonesia.*

*Keywords: creative team, WOW repackaging program, experience.*

## **ABSTRAK**

Kemajuan teknologi saat ini sangat memberikan dampak positif bagi masyarakat, salah satunya televisi. Pada kajian ini penulis meneliti tayangan program WOW yang di produksi oleh NET MEDIATAMA. Pokok bahasan dalam tulisan ini adalah bagaimana pengalaman kerja tim kreatif dalam produksi program acara WOW di NET?. Berdasarkan praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, studi pustaka, observasi, *participants*. Berdasarkan hasil yang didapat dalam pengalaman praktik kerja lapangan, wawancara dengan narasumber dan praktik secara langsung bisa membuat penulis memaparkan tentang pengalaman dan cara kerja bidang tim kreatif di NET. Tim kreatif berperan sangat penting dalam pra produksi mulai dari mencari materi, lalu saat produksi kreatif bertugas dalam penulisan naskah, dan pasca produksi melakukan evaluasi dan mencari materi baru. Tim kreatif berperan sebagai orang yang bertugas mencari ide untuk mendukung acara berjalan dengan baik. Peneliti juga mengamati proses kreatif dengan regulasi media di Indonesia.

Kata kunci: tim kreatif, program *repackage* WOW, pengalaman kerja.

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini sangat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat. Salah satunya, hal yang berkembang sangat pesat ialah komunikasi. Komunikasi sendiri merupakan penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang dapat disampaikan melalui media sebagai perantara penyampaian pesan yang berupa lisan, tulisan, suara, gambar ataupun isyarat yang dapat dipahami oleh orang lain. Dalam perkembangan terakhir dimana dunia informasi menjadi sangat penting untuk aspek kehidupan, maka komunikasi pun akhirnya tidak dapat ditawar lagi dan menjadi bagian yang sangat penting dalam melengkapi kehidupan manusia.

Masyarakat pada umumnya mengkonsumsi sebuah informasi melalui media massa. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi itulah yang membuat perusahaan media massa berkembang sangat pesat saat ini. Semua media massa seakan berlomba memberikan informasi yang cepat dan akurat. Media massa erat kaitannya dengan komunikasi massa, perkembangan media massa diawali dari sebuah komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan pada massa atau khalayak dalam jumlah yang banyak. Hal ini bukan berarti semua khalayak yang meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya sangat agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar- pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita), menurut definisi Joseph A. Devito (dalam Vera, 2011:4).

Dengan demikian media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebar pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen (dua hal atau lebih yang digabungkan menjadi satu). Kelebihan media massa di banding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Jika

diterjemahkan secara bebas berarti, komunikasi adalah komunikasi yang diberikan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya.

Media penyiaran yang terdiri dari radio dan televisi merupakan salah satu media komunikasi massa di samping media cetak dan media tatap muka. Media penyiaran pada umumnya dan media televisi pada khususnya merupakan media massa yang dinamis serta atraktif dan merupakan media hasil kreativitas yang mendorong keingintahuan masyarakat untuk mengetahui lebih jauh proses terjadinya siaran dan kemajuan teknologi penyiaran serta regulasi dan kebijakan Pemerintah yang mengaturnya.

Bagi masyarakat Indonesia, media televisi saat ini bukan saja sebagai media pendidikan, hiburan, dan informasi, melainkan juga telah menjadi satu wahana pengikat antara masyarakat pemirsa dan penyelenggara siaran dalam suatu lingkungan industri. Kehadiran televisi bukan sesuatu barang yang mewah bagi masyarakat Indonesia. Meskipun kini internet sudah masuk dan mewabah di Indonesia, namun kehadiran sebuah televisi masih menjadi prioritas bagi masyarakat Indonesia dalam mencari informasi. Naiknya pertumbuhan televisi juga turut mengembangkan dunia pertelevisian. Hal ini terbukti dengan munculnya stasiun televisi yang diawali dengan adanya program pemerintah yang terbentuk menjadi Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang kemudian diikuti dengan televisi swasta nasional seperti RCTI, INDOSIAR, MNCTV, SCTV, ANTV, TRANS TV, TRANS|7, GLOBAL TV, METRO TV, TV ONE, INEWS TV, RAJAWALI TV hingga NET. Empat belas televisi swasta ini menunjukkan bagaimana tingkat kemajuan masyarakat dalam memilih stasiun televisi mana yang menyajikan program acara yang sesuai dengan kebutuhan. Sehingga stasiun – stasiun televisi tersebut saling bersaing untuk menghadirkan dan menyuguhkan program – program acara yang mudah di terima oleh masyarakat. Empat belas stasiun televisi ini masing-masing memiliki masing-masing strategi format untuk menyiasati perencanaan program agar bias menarik perhatian penonton agar menjadi salah satu pilihan. Beberapa televisi akan menayangkan program didasarkan pada strategi format yaitu masing-masing televisi membangun *image* yang baik, contoh yang sederhana adalah dengan menayangkan *tagline* atau motto

stasiun. NET dengan *tagline* “televisi masa kini”. Strategi membangun image ini secara terus menerus disampaikan kepada penonton. Masing-masing televisi juga saling merebut penonton, dalam artian program televisi dikemas dengan sempurna untuk menarik penonton pada waktu tayang dengan melakukan promo dari jauh hari. Strategi penayangan ini disebut *head to head*, yaitu suatu program yang bertujuan menarik penonton sebagaimana penonton yang dimiliki satu atau beberapa televisi saingan, dengan saling memproduksi program yang lebih baik. Televisi juga sangat menjual program, stasiun televisi swasta sangat mengandalkan pendapatannya hanya dari iklan, agar tetap beroperasi guna untuk memproduksi program bermutu yang disukai penonton. Iklan juga harus dapat ditonton oleh *audience* agar lebih mengenal dan membeli produk yang diiklankan. Unsur bisnis untuk mendatangkan keuntungan bagi stasiun televisi itu sendiri (Rusman, Latief 2015 : 215).

Berbagai program acara televisi ditayangkan dengan tujuan memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan tersendiri guna mencapai sasaran. Secara umum televisi swasta memiliki tujuan penayangan yang diharapkan akan memberikan keuntungan besar, baik secara materi bahkan *image*. Contoh, stasiun televisi harus bisa mendapatkan banyak penonton, karena semakin banyak penonton, *rating* akan semakin membesar. Lalu menyesuaikan target penonton, misalkan program “WOW” dimana materinya berisi banyak pengetahuan dan info yang menarik umumnya yang berhubungan dengan keseharian penonton serta program penghargaan yang dibuat untuk memenangkan suatu penghargaan kepada insan pertelevisian yang telah mengisi layar kaca pemirsa. Dari semua tujuan program siaran televisi itu yang pasti tujuan utama program adalah memberikan pelayanan tontonan yang terbaik kepada penonton.

Keberadaan komunikasi massa dalam sebuah organisasi (pertelevisian) menjadi kajian penting, mengingat lewat komunikasi massa (televise), segala tayangan yang diproduksi oleh media berdampak luas terhadap masyarakat. Untuk itu, pengelola media perlu memahami bahasan manajemen komunikasi agar media satu sisi dapat mencerdaskan masyarakat dan memiliki tanggung



jawab sosial yang tinggi, sisi lain media juga tetap *survive* sejumlah kegiatannya. Dalam hal ini, pengelola haruslah orang-orang yang memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi atas hasil kerja tim dalam organisasi media.

Dengan demikian, NET menjadi salah satu stasiun televisi di Indonesia yang cukup berkembang pesat dan layak untuk di jadikan sebagai salah satu media proses pembelajaran akademis sekaligus penambah wawasan pengetahuan, umumnya pada media penyiaran dan khususnya di bidang televisi. Berbekal keterangan, penulis berkesempatan untuk melakukan Kuliah Kerja Praktik di NET Divisi Produksi sebagai *Creative* pada Program WOW.

Program WOW memiliki format program *repackaging* yang materinya heterogen, terdiri dari berbagai fakta dan pendapat yang dirangkai menjadi satu program. Durasi tayang program ini 30 menit dan *real time* 20-24 menit.

Kreatif bertugas sebagai seseorang yang membantu kelangsungan produksi program suatu acara. Ia bertanggung jawab untuk membuat acara atau program TV semenarik mungkin demi memenuhi *share dan rating* yang tinggi agar dapat diterima oleh masyarakat, mulai dari mencari ide hingga pembuatan naskah. Seorang Kreatif dituntut untuk mampu bekerjasama dan berkoordinasi dengan divisi lainnya demi keberhasilan jalannya produksi, serta pandai membawa diri agar disenangi seluruh pihak yang terlibat dalam proses pelaksanaan produksi.

Saat proses kuliah kerja praktik penulis bertugas mencari informasi, penulisan naskah, pembuatan *by minute* harian, dan ikut serta mendampingi saat *voice over* berlangsung. Berdasarkan latar belakang tersebut maka disusun laporan berjudul “Pengalaman Kerja Tim Kreatif Dalam Program Acara WOW di NET”.

## **1.2 Rumusan Praktik Kerja Lapangan**

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang dirumuskan oleh penulis pada Praktik Kerja Lapangan “Bagaimana Proses Pengalaman Kerja Tim Kreatif dalam Produksi Program Acara WOW di NET. Jakarta?”

## **1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

Adapun tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini yaitu:

1. Mengetahui kerja tim kreatif secara langsung terkait proses penulisan naskah program WOW di NET. Jakarta.
2. Mendapatkan ilmu penulisan naskah dalam program WOW di NET. Jakarta.

## **1.4 Waktu Dan Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan pada:

### **1.4.1 Waktu pelaksanaan**

Waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) terhitung mulai dari tanggal 6 Maret s/d 31 Mei 2018. Dimulai dari hari Senin s/d Jumat mulai dari pukul 12.00 WIB sampai dengan selesai.

### **1.4.2 Tempat pelaksanaan**

PT NET Mediatama Indonesia, The East Tower  
Jl. DR. Ide Anak Agung Gede Agung Kav. E. 3. 2 No.1  
Jakarta Selatan, 12950, DKI Jakarta, Indonesia.

## **1.5 Metode Praktik Kerja Lapangan**

### **1.5.1 Paradigma praktik kerja lapangan**

Paradigma penelitian kualitatif dilakukan melalui proses induktif, yaitu berangkat dari konsep khusus umum, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi yang di kembangkan berdasarkan masalah yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan secara simultan dengan analisis data selama penelitian berlangsung.

Jadi, menurut Patton, mendefinisikan paradigm dalam penelitian adalah suatu pandangan, suatu prespektif umum atau cara untuk memisah-misahkan dunia nyata yang kompleks, kemudian memberikan arti atau makna dan penafsiran-penafsiran. Paradigma itu lebih dari sekadar orientasi metodologi.

Paradigma kualitatif mencanangkan pendekatan humanistik untuk memahami realitas social paraidealis, yang memberikan suatu tekanan pada pandangan yang terbuka tentang kehidupan sosial (Ghony & Almanshur, 2012:73).

### **1.5.2 Teknik pengumpulan data**

#### **a. Wawancara**

Wawancara dengan cara melakukan tanya jawab kepada pihak yang memiliki informasi terkait agar dapat menjawab pertanyaan yang dibutuhkan untuk mencari materi yang akan di teliti secara mendalam dengan Produser, Asisten produser, dan Tim Kreatif. Wawancara dengan Produser WOW yaitu, Wiwit Novia Susanti. Program Assistant yaitu Fifi Rosaria, Chandra Darmawan. Kreatif yaitu Angelia, Rangga, Kenny dan Rayen. Terkait program tayang yang di kelola oleh program WOW.

#### **b. Studi Pustaka**

Kegiatan pengumpulan data dengan memanfaatkan sumber yang ada mencari informasi yang terkait dengan pembahasan masalah dari video yang sedang viral dan unik yang ada kaitan nya dengan pembahasan masalah.

c. Observasi

Kegiatan langsung dengan turut menyaksikan, memperhatikan, mempelajari dan terlibat dalam kegiatan- kegiatan yang sudah menjadi tugas/pekerjaan di tempat penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, yaitu Tim Kreatif di Program WOW NET.

d. *Participants*

Kegiatan langsung dalam pembuatan naskah agar program berjalan sesuai dengan *Standard Operational Procedure* (SOP), mulai dari Pra produksi, produksi dan pasca produksi.

### 1.5.3. Jenis data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti (Sanusi, 2014:104). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen yang menggunakan notebook Toshiba di Bandar Lampung. Dengan memberitahukan kepada responden tujuan dan maksud serta cara pengisian daftar pertanyaan, diharapkan responden dapat mengisi pertanyaan dengan baik dan benar. Tujuan utama dalam pembuatan kuesioner adalah untuk (a) memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survai, (b) memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin. Kuesioner tepat digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Narimawati, 2008:98).

b. Data Sekunder

Pengertian data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2008:402). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku- buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan pengawasan kredit pada suatu bank.

**1.5.4 Analisis data**

Analisis penelitian kualitatif dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis. Analisis data penelitian kualitatif dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lokasi penelitian hingga pada akhir penelitian pengumpulan data.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, baik data dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan di lokasi penelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya.

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis, dan analisis data itu dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lokasi penelitian hingga pada akhir penelitian (pengumpulan data). Pada penelitian kualitatif yang melakukan analisis data adalah peneliti yang sejak awal terjun ke lokasi penelitian berinteraksi dengan latar dan subjek penelitian dalam rangka pengumpulan data.

Jadi, analisis data untuk penelitian kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan unit yang dapat dikelola, mensiteskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa-apa yang penting dan apa-apa yang di pelajari, dan memutuskan apa-apa yang diceritakan kepada orang lain (Ghony & Almanshur, 2012:247).

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Penegasan Judul**

Judul laporan yang penulis gunakan adalah “Pengalaman kerja Tim Kreatif Dalam Produksi Program Acara WOW di NET”. Penegasan judul tersebut diuraikan sebagai berikut:

##### **2.1.1 Pengalaman kerja**

Proses pembentukan pengetahuan dan keterampilan tentang metode suatu pekerjaan bagi para pegawai karena keterlibatan tersebut dalam pelaksanaan pekerjaannya. Pengalaman kerja merupakan faktor yang paling mempengaruhi dalam terciptanya pertumbuhan suatu usaha. Dengan tingginya pengalaman yang dimiliki oleh para pekerja akan menyebabkan tingginya pertumbuhan usaha tersebut. (Manullang: 2005:15)

Menurut Fagbenle (2012), salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan adalah berasal dari diri karyawannya atau yang disebut sebagai Human Factor, salah satunya adalah pengalaman kerja. Penelitian yang memperlihatkan adanya hubungan positif antara pengalaman kerja dan produktivitas ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Brown (1989) dan Acemoglu (1998). Jadi, pengalaman kerja menunjukkan sejauh mana penguasaan seseorang terhadap bidang pekerjaan yang selama ini ditekuninya. Pada umumnya pengalaman kerja diukur dengan melihat seberapa lama waktu yang dihabiskan tenaga kerja pada suatu bidang pekerjaan tertentu. Karyawan yang mempunyai pengalaman yang lebih lama akan mempunyai keterampilan yang lebih tinggi, sehingga produktivitasnya pun lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga kerja yang baru memiliki sedikit pengalaman.

Berdasarkan uraian dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengalaman kerja adalah suatu keahlian yang dimiliki oleh karyawan yang berupa pengetahuan dan keterampilan tentang metode suatu pekerjaan.

### **2.1.2 Tim Kreatif**

Tim Kreatif yaitu orang yang bertugas mencari ide, mengumpulkan data, menuangkan dalam bentuk konsep, naskah, *rundown*, dan mendampingi pengisi acara dalam pelaksanaan produksi (Latief, 2015:128).

### **2.1.3 Produksi**

Produksi adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk audio video (AV). Pada program informasi yang terkait waktu (*time concern*) dapat di produksi tanpa *set up* atau *rehearsal*. Bagi format program hiburan setelah *set up* atau *rehearsal* baru dapat dilakukan perekaman atau siaran langsung.

### **2.1.4 WOW**

WOW Merupakan sebuah program acara yang materinya heterogen, terdiri dari berbagai fakta dan pendapat yang dirangkai menjadi informasi tambahan pengetahuan kepada penonton, melalui informasi yang membahas hal unik di seluruh dunia, pengetahuan, dan alat-alat keren yang bermanfaat bagi penonton. Yang dikemas dengan suasana menghibur agar tidak membuat penonton mengganti channel televisinya (Rayen, 2018).

### **2.1.5 NET. Televisi Masa Kini**

NET merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET. hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET. didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah diakses. Karena itulah, sejak awal, NET. muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. secara tidak terbatas, kapan pun, dan di mana pun. Secara konten, tayangan NET. berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada. Sesuai semangatnya, tayangan berita NET. wajib menghibur, dan sebaliknya, tayangan hiburan NET. harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan, NET.

muncul dengan gambar yang lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET. telah menggunakan sistem *full high definition* (Full-HD) dari hulu hingga ke hilir. NET. adalah bagian dari kelompok usaha INDIKA GROUP. Meskipun bergerak di bidang usaha Energi & Sumberdaya di bawah bendera Indika Energy Tbk. ([www.indikaenergy.com](http://www.indikaenergy.com)), berdirinya INDIKA dimulai dari sebuah visi untuk membangun usaha di bidang Media Hiburan dan Teknologi Informasi. Nama INDIKA sendiri merupakan singkatan dari Industri Multimedia dan Informatika. Saat ini, melalui PT Indika Multimedia, INDIKA GROUP bergerak di bidang usaha Promotor, Broadcast Equipment, Production House dan Radio (<http://www.netmedia.co.id/about>).

## **2.2 Kajian Pustaka**

### **2.2.1 Sejarah televisi**

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Prinsip televisi ditemukan oleh Paul Nipkhow pada tahun 1884 di Jerman, namun di tahun 1928 Vladimir Zworykin (Amerika Serikat) menemukan tabung kamera yang bisa menangkap dan mengirim gambar ke kotak bernama televisi.

Kemunculan televisi pada awalnya ditanggapi sangat biasa oleh masyarakat. Harga televisi ketika itu sangat mahal, selain belum ada banyak program yang di tampilkan. Pembawa acara televisi ketika itu, harus menggunakan *make up* biru tebal agar dapat terlihat normal ketika muncul dilayar televisi. Mereka juga harus menelan tablet garam untuk mengurangi keringat yang mebanjir di badan karena intensitas cahaya lampu studio yang sangat tinggi, menyebabkan para pengisi acara sangat kepanasan.

Perang Dunia ke-2 sempat menghentikan perkembangan televisi. Namun setelah perang usai, teknologi baru yang telah disempurnakan, untuk mendorong kemajuan televisi. Kamera televisi baru tidak lagi membutuhkan terlalu banyak cahaya sehingga para pengisi acara di studio tidak lagi kepanasan. Selain itu, layar televisi sudah menjadi lebih



besar, terdapat lebih banyak program yang tersedia dan sejumlah stasiun televisi lokal dan swasta menjadi lebih besar.

Televisi berwarna mulai diperkenalkan kepada publik pada tahun 1950-an. Siaran televisi berwarna dilaksanakan pertama kali oleh stasiun televisi NBC pada tahun 1960 dengan menayangkan program siaran berwarna selama tiga jam setiap harinya.

### **2.2.2 Pengertian televisi**

Televisi merupakan media informasi massa yang saat ini berkembang begitu pesat. Sejak era reformasi, kesempatan untuk menyatakan kebebasan berpendapat sangat besar. Di banding radio, surat kabar, majalah, buku dan lain sebagainya, televisi mempunyai sipat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengan dan gambar hidup (gerak/live) yang bersifat politis, informatif, hiburan, pendidikan atau bahkan gabungan dari unsur-unsur tersebut (Sony: 2008).

Televisi memiliki kelebihan yang bisa menampilkan informasi menarik melalui audio visual. Televisi sangat berpengaruh besar untuk *audience*. Disini masyarakat sangat dimudahkan untuk mengisi kebutuhan informasi tentang hiburan, pengetahuan dan lainnya. Televisi sangat berperan penting untuk khalayak untuk mempermudah mencari informasi dari sumber terpercaya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media komunikasi massa yang memiliki perpaduan antara audio dan visual, yang mana masyarakat dapat melihat mendengar melalui audio dan melihat melalui visual.

### **2.2.3 Karakteristik televisi**

Menurut (Karyanti 2009:137) Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus yakni televisi. Dalam radio siaran menggunakan alat indra pendengaran, sedangkan dalam surat kabar dan majalah menggunakan indra penglihatan. Berikut adalah karakteristik televisi:

a. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

b. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

c. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Namun, setiap media komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Tidak ada satu media pun yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Untuk itu berikut adalah karakteristik televisi menurut Sutisno dalam bukunya *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*:

- Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- Dapat menghadirkan objek yang amat kecil/besar, berbahaya, atau langka.
- Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.

- Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik.
- Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Selain kelebihan dari karakteristik televisi tersebut, media televisi juga mengandung kelemahan, yaitu sebagai berikut:

- Merupakan media satu arah, hanya mampu menyampaikan pesan, namun tidak bisa menerima umpan balik secara cepat.
- Layar pesawat penerima yang sempit tidak memberikan keluasan penonton.
- Bingkai cahaya (flash) dan rangsang kedip cahaya (flicker) dapat merusak atau mengganggu penglihatan penonton.
- Kualitas gambar yang dipancarkan lebih rendah dibandingkan dengan visual yang diproyeksikan (film layar lebar).

Kelebihan dan kekurangan tersebut tidak menjadi persoalan, karena dalam operasionalnya televisi di dukung dua media lain yaitu cetak dan radio. Pada prinsipnya, dalam tugas jurnalistik ketiga media tersebut sama-sama memberikan satu informasi ke masyarakat agar “*well informed*”.

#### **2.2.4 Program acara televisi**

Faktor penting yang menentukan keberhasilan televisi adalah program yang berbeda-beda. Kata “*program*” berasal dari bahasa Inggris *programme* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Jadi program

adalah segala sesuatu yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. (Morissan 2008:209)

Secara umum program siaran televisi terbagi dua bagian, yaitu program hiburan (*entertainment*) dan informasi atau disebut juga program berita (*news*). Program informasi yaitu program yang sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya. Pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik (Latief, 2015:5). Program informasi terbagi dalam dua format, yaitu *hard news* dan *soft news*.

#### 1. *Hard News*

*Hard News* adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya terikat waktu (*time concern*) agar diketahui oleh pemirsa. *Hard news* dibagi dalam tiga kelompok, yaitu:

##### a. *Straight News*

*Straight news* merupakan berita singkat dengan hanya menyajikan informasi terpenting yang sedang terjadi di masyarakat. Metode penulisan berita ini berpedoman pada rumus 5W+1H. Berita yang disampaikan pada *straight news* umumnya adalah berita politik, ekonomi, dan hukum, dengan menggunakan kalimat-kalimat yang pendek dan langsung pada pokok permasalahan.

##### b. *On the Spot Reporting*

*On the Spot Reporting* adalah berita berupa laporan pandangan mata dari tempat kejadian yang disiarkan stasiun televisi.

##### c. *Interview On Air*

*Interview On Air* merupakan wawancara dengan melihat langsung narasumber yang diwawancarai atau hanya mendengarkan suaranya saja.

## 2. *Soft News*

*Soft News* adalah segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*), namun tidak bersifat harus segera tayang (*timeless*). *Soft news* dibagi dalam enam kelompok, diantaranya:

### a. *Current Affair*

Format yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya, lalu dibuat lagi lebih lengkap dan mendalam. *Current Affair* sama dengan format *straight news* menggunakan prinsip-prinsip 5W+1H, hanya saja materi liputannya lebih mendalam dan durasinya lebih panjang.

### b. *Magazine*

Format program yang materinya heterogen, terdiri dari berbagai fakta dan pendapat yang dirangkai menjadi satu program. Sifatnya *timeless*, durasi tayang program *magazine* 30 menit dengan *real time* 20-24 menit atau 60 menit dengan *real time* 40-46 menit.

### c. *Infotainment*

Program yang menyajikan berita kehidupan orang-orang terkenal yang bekerja pada industri hiburan. Pada awalnya *infotainment* didominasi dengan berita gosip, namun dengan kesadaran dan campur tangan berbagai pihak akhirnya program *infotainment* menjadi program yang tak hanya menyajikan gosip saja melainkan menjadi program yang memperhatikan kaidah jurnalistik dan regulasi yang berlaku.

Jika program informasi bertujuan untuk memberikan tambahan informasi kepada penonton melalui informasi yang diberikan, adapun program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. Dimana nilai jurnalistik tidak diperlukan, tetapi jika ada unsur jurnalistiknya hanya sebagai pendukung. Program hiburan dibagi menjadi dua, yaitu program *non drama* dan *drama*.

### 3. Non Drama

Program acara non drama adalah format program yang sangat fleksibel, karena terdiri dari unsur drama dan jurnalistik yang dikombinasikan menjadi satu program (Latief, 2015:7). Program acara non drama/non fiksi terdiri dari:

#### a. Acara Musik

Acara musik adalah program yang menyajikan music sebagai utama, walaupun ada materi sajian lainnya tidak mengandung unsur music tetapi berhubungan dengan materi yang disajikan, meupakan pelengkap kesempurnaan program tersebut.

#### b. *Talk Show*

Talkshow adalah program diskusi atau bincang-bincang yang diikuti lebih dari satu narasumber untuk membicarakan satu topik.

#### c. *Game Show*

Program permainan adalah program yang menampilkan permainan atau perlombaan kepada pesertanya untuk mendapatkan hadiah. Ada tiga jenis yaitu, kuis, games, kuis games.

#### d. *Reality Show*

Program yang disajikan berdasarkan fakta apa adanya, tanpa scenario arahan untuk mendapatkan gambar atau adegan yang diinginkan. Program reality show adalah program yang fleksibel dalam proses kreatif sebagai tontonan yang menghibur.

#### ▪ *Repackaging*

*Repackaging* adalah program yang menyajikan gabungan peristiwa yang sudah di publikasikan berupa footage atau shot-shot yang disusun sedemikian rupa sehingga menjadi satu paket program. *Repackaging* merupakan program sederhana yang tida perlu melakukan perekaman gambar atau *shooting* untuk mendapatkan materi

siaran. Materinya bisa didapatkan dari media lain misalnya internet, atau dari masyarakat yang mengirim materi ke stasiun televisi.

#### 4. Drama

Kata drama berasal dari bahasa Yunani *dran*, yang artinya bertindak atau berbuat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, terbitan Balai Pustaka, kata drama diartikan cerita atau kisah, terutama yang melibatkan konflik atau emosi yang khusus disusun untuk pertunjukan teater. Dalam perkembangan peradaban manusia drama pun berkembang tidak hanya dipentaskan di atas panggung, tetapi diproduksi dalam bentuk film layar lebar, dan siaran televisi. Berfungsi tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai penambah ilmu pengetahuan. (Rusman, Latief 2015:27). Program acara drama seperti:

##### a. Sinetron

Sinetron merupakan program drama yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan oleh aktor/aktris yang terlibat dalam konflik dan emosi.

##### b. Film

Film dimaksud adalah film layar lebar yang sudah diputar di bioskop. Film tersebut ditayangkan lagi di televisi.

##### c. Kartun

Kartun adalah program televisi yang menggunakan animasi yang disebut film kartun.

## **2.3 Tahapan Produksi Program Televisi**

Untuk memproduksi program televisi ada standar kerja yang disebut *Standard Operational Procedure* (SOP) yang berfungsi sebagai acuan dalam tahapan proses produksi. Secara umum SOP produksi program televisi dikenal dengan tiga tahapan, yaitu:

### **2.3.1 Praproduksi**

Praproduksi adalah tahapan pelaksanaan pembahasan dan pencarian ide, gagasan, perencanaan, pemilihan pengisi acara (*talent*), lokasi, dan kerabat kerja (*kru*). Pada tahapan ini yang bertanggung jawab adalah eksekutif produser, produser, director, dan kreatif. Mereka melakukan *meeting planning* untuk mencari dan mengelola gagasan yang akandituangkan dalam bentuk proposal, penulisan rundown, naskah, dan (*time schedule*) program.

### **2.3.2 Produksi**

Produksi adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk audio video (AV). Produksi berupa pelaksanaan perekaman gambar (*taping*) atau siaran langsung (*live*). Pada program informasi yang terkait waktu (*time concern*) dapat di produksi tanpa *set up* atau *reherhsal*.

### **2.3.3 Pasca produksi**

Pasca produksi adalah tahapan akhir dari proses produksi program sebelum on air. Dalam tahapan pasca produksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, di antara nya *editing offline*, *online*, *insert graphic*, narasi, *effect visual*, dan *audio* serta *mixing* (Latief, 2015:155).

## **2.4 Satuan Kerja**

Sistem kerja di produksi siaran televise adalah kolektif dengan keahlian dan bidang masing-masing berbeda dengan lainnya. Tidak bisa berjalan dengan kemauan nya sendiri, tetapi harus bekerja dalam satu tim. Produksi program siaran diantaranya:



### 2.4.1 Produser

Produser adalah pimpinan produksi yang mengoordinasikan seluruh kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, dan pasca produksi. Produser harus memiliki kemampuan selera yang baik, karena ditangan produser suatu program bisa baik dan tidak.

### 2.4.2 Asisten Produksi

Asisten produksi (*production assistant*) disebut juga dengan PA. Diistilahkan juga sebagai asisten produser (*producer assistant*) adalah petugas membantu PD (Program Director) dalam pelaksanaan produksi. Pekerjaan PA mulai dari mempersiapkan/ mencari/ mencatat/ mengumpulkan/ mengoordinasikan seluruh fasilitas produksi, studio, desain grafis, *backdrop*, *stage*, *wardrobe*, *makeup*, *kamera*, *audio*, *lighting*, memperbanyak *rundown*, *script*, dan juga kadang terlibat dalam proses kreatif.

### 2.4.3 Kreatif

Kreatif adalah istilah yang digunakan pada produksi siaran televisi hiburan nondrama, yaitu orang yang bertugas mencari ide, mengumpulkan fakta dan daya, menuangkan dalam bentuk konsep, naskah, *rundown*, dan mendampingi pengisi acara dalam pelaksanaan produksi.

Kreatif sebenarnya adalah penulis naskah (*script writer*) pada program drama maupun non drama yang bertugas menuangkan pikiran dan perasaannya dalam bentuk tulisan. Istilah penulis naskah masih digunakan stasiun televisi khususnya program drama, tetapi pada non drama beberapa stasiun televisi menggunakan istilah kreatif.

Tugas kreatif tidak hanya melakukan riset dan survei, juga aktivitas berdiskusi, mendengarkan lagu-lagu, menonton televisi, membuat konsep program, menuangkannya dalam bentuk naskah, *rundown*, dan menghubungi para *talent* dan *performer*.

Saat shooting di lapangan kreatif menjadi *interviewer*, mendampingi *performer* atau pengisi acara, mengawasi materi yang disampaikan *host* atau *master of ceremony* (MC). Jika sistem produksi

televisi *adlib* (Adlibitum) di mana naskah tidak ditulis secara lengkap, kreatif yang membuat *pointer*. Pada sistem produksi *blocking*, kreatif menulis naskah meskipun tidak sedetail naskah produksi drama.

Dengan tugas sebanyak itu, seorang kreatif dituntut memiliki kepekaan kreativitas yang harus dibekali pengetahuan jurnalistik, dengan kemampuan menulis yang baik. Terpenting adalah harus pandai mempresentasi ide-ide pikirannya.

Kreatif adalah orang yang cerewet dalam memberikan masukan dan teguh pada pendirian tetapi tidak keras kepala karena dialah motor kreativitas suatu program televisi. Seorang kreatif harus mengetahui perkembangan teknologi industri televisi dan kegunaannya. Karena ide sederhana karena menjadi luar biasa dengan rekayasa teknologi. Sering terjadi, sebuah ide tidak dapat di aplikasikan karena keterbatasan teknologi, ide tidak mendapat dukungan sehingga ide hanya menjadi sesuatu ide yang tidak bisa direalisasikan dan menjadi mubazir.

#### **2.4.4 Narator**

Narator adalah orang yang mengisi suara atau membaca VO (*voice over*) pada program. Umumnya untuk program berita tetapi beberapa program nondrama juga membutuhkan narasi. Syarat yang harus dimiliki seorang narrator di antaranya vocal yang baik, power, intonasi, artikulasi, dan penghayatan materi program yang dibacakan.

### **2.5 Kajian Internet**

#### **2.5.1 Pengertian internet**

Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:68), Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin.

Menurut Termas Media, interconnection network (internet) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Internet berasal dari bahasa latin "inter" yang berarti "antara". Internet merupakan jaringan yang terdiri dari milyaran komputer yang ada di seluruh dunia. Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topologi jaringan yang berbeda. Dalam mengatur integrasi dan

komunikasi jaringan, digunakan standar protokol internet yaitu TCP/IP. TCP bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan baik, sedangkan IP bertugas untuk mentransmisikan paket data dari satu komputer ke komputer lainnya.

### **2.5.2 Sejarah internet**

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (Advanced Research Project Agency Network), di mana mereka mendemonstrasikan bagaimana penggunaan hardware dan software komputer yang berbasis UNIX, dimana dengan menggunakan proyek tersebut kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon.

Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, seberapa besar informasi dapat dipindahkan, dan akhirnya semua standar yang mereka tentukan menjadi cikal bakal pembangunan protokol baru 10 yang sekarang dikenal sebagai Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat (US Department of Defense) membuat sistem jaringan komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat yang apabila terjadi perang sehingga dapat dengan mudah dihancurkan.

Pada mulanya ARPANET hanya menghubungkan 4 situs saja yaitu Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara, University of Utah, di mana mereka membentuk satu jaringan terpadu pada tahun 1969, dan secara umum ARPANET diperkenalkan pada bulan Oktober 1972. Tidak lama kemudian proyek ini berkembang pesat di seluruh daerah, dan semua universitas di negara tersebut ingin bergabung, sehingga ARPANET kesulitan untuk mengaturnya.

Oleh sebab itu ARPANET dipecah manjadi dua, yaitu "MILNET" untuk keperluan militer dan "ARPANET" baru yang lebih kecil untuk keperluan non-militer seperti, universitas-universitas. Gabungan kedua jaringan akhirnya dikenal dengan nama DARPA Internet yang kemudian disederhanakan menjadi Internet.

Pengertian Media *Online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa-- dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara *online*. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media *online* sebagai berikut, “Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) internet”. Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media *online* adalah media massa ”generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (*electronic media*) –radio, televisi, dan film/video. Media *Online* merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik *online* –disebut juga *cyber journalism* didefinisikan *wikipedia* sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk *blog*), *radio online*, *TV online*, dan *email*.

Banyak jenis media *online*, khususnya di Indonesia telah menyediakan kemampuan tertentu yang dibuat sedemikian rupa dengan mencoba mengikuti selera para pengunjunnya, termasuk menyediakan layanan akses informasi dan pengetahuan.

Dengan jaringan internet sebagai saluran komunikasinya dan informasi interaktif yang menjangkau seluruh dunia, peranan media *online* menjadi sangat dominan. Semua media lama akan menjadi tradisional jika tidak melibatkan diri dalam jaringan *cyberspace*. Semua

itu merupakan pra syarat agar media mampu menjadi bagian dari sistem jaringan global.

Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai "media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*)" (Nasrullah, 2015:11). Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Salah satu jenis media online itu adalah *Youtube* Diluncurkan pada bulan Mei 2005, *YouTube* telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. *YouTube* menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. *YouTube* merupakan salah satu perusahaan milik *Google*. *YouTube* diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal* (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, *YouTube* langsung mendapat sambutan baik di masyarakat.

*Youtube* adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web* (Budiargo, 2015; 47). Kehadiran *YouTube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki „lahan “untuk mempublikasikan karyanya”.

*YouTube* mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan *gadget* yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah *viewers* akan bertambah. *Viewers* banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

## **2.6 Tim Kreatif Memahami Regulasi Media Penyiaran**

Secara sederhana yang di sebutkan regulasi siaran televisi adalah peraturan yang memberikan batasan-batasan yang dilakukan atau di tayangkan media televisi. Batasan-batasan tertulis dan tidak tertulis. Bisa disebut aturan formal dan nonformal. Baik yang memberikan sanksi hukum atau berhubungan dengan etika moral.

Aturan formal adalah aturan yang dirumuskan dan diwajibkan dengan tegas oleh pihak yang berwenang kepada penyelenggara penyiaran televisi untuk menaatinya. Aturan formal bersumber dari institusi pemerintah, masyarakat atau instusi yang formal atau resmi. Aturan formal ini bersifat memaksa bagi semua lembaga penyiaran televisi.

Aturan nonformal adalah patokan atau aturan yang dirumuskan secara tidak jelas pelaksanaannya dan tidak diwajibkan untuk ditaati. Aturan nonformal merupakan kebiasaan yang tumbuh dan berlaku dalam masyarakat. Aturan nonformal biasanya tidak tertulis dan tidak memaksa bagi rakyat.

Regulasi siaran televisi ibarat kanvas, sedangkan program siaran adalah lukisan, dan pelukisnya adalah kru produksi program siaran. Kanvas yang tersedia memiliki *frame* jika membuat lukisan di atasnya tidak dapat melewati *frame* tersebut. Kru harus melukis di atas kanvas agar tidak keluar dari *frame*.

Aturan formal yang berhubungan dengan program siaran televisi diantaranya, Undang-Undang Nomor 32 tahun 2003 tentang Penyiaran. Dalam undang-undang tersebut mengatur tentang pembentukan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) untuk mengawasi seluruh aktivitas lembaga penyiaran, baik itu stasiun televisi publik, swasta, berlangganan, asing dan komunitas.

KPI melalui peraturan Nomor 01/P/KPI/032012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan peraturan Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran (SPS). Mengatur mulai penghormatan terhadap nilai-nilai, kesukuan, agama, ras dan atargolongan, etika profesi, kesopanan, dan kesusilaan, perlindungan anak dan ketentuan-ketentuan lainnya. Regulasi lain yang berkaitan dengan penyiaran, Undang-Undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan masih banyak lagi.

Aturan nonformal lainnya yang juga harus di perhatian program televisi di antaranya, kebijakan masing-masing industri siaran televisi untuk mrmbuat aturan sendiri, baik tertulis ataupun tidsk tertulis, di taati atau haya sekedar imbauan saja. Misalnya stasiun televisi yang berada dalam satu *holding company* (grup perusahaan). Pada saat merekam adegan di depan sebuah hotel, sehingga nama hotel tersebut terlihat dari *frame* kamera. Karena hotel tersebut satu grup perusahaan dengan stasiun televisi, tidak menjadi masalah.

Terpenting yang tetap mendapat perhatian adalah norma-norma yang berlaku dalam masyarakat, karena norma ini tidak tertulis dengan jelas tetapi dirasakan kehadirannya. Norma masyarakat berhubungan dengan ukuran benar salahnya, tetapi tidak tepatnya, pantas atau tidaknya, yang diyakini dan dipercaya oleh masyarakat. Oleh karena dalam mendesain program televisi norma-norma masyarakat menjadi hal terpenting, karena televisi hadir karena masyarakat, bukan masyarakat hadir karena televisi (Latief & Utud 2017:101)

### **2.6.1 Regulasi Media Penyiaran Youtube**

Dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) Pasal 52 ayat 3 Standar Program Siaran yang berisikan:

“Program siaran yang memuat penggunaan potongan gambar (*footage*) dan/atau potongan suara yang berasal dari sumber di luar dari

sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) di atas, wajib menyebutkan asal sumber serta melakukan verifikasi atas kebenaran isinya”.

‘*Courtesy of YouTube*’ semacam WOW tetap diperbolehkan, asal program WOW dapat mencantumkan asal sumber dari video *YouTube* yang digunakannya. Tulisan ‘*Courtesy of Youtube*’ tidak cukup untuk menjelaskan asal video karena video tersebut bukanlah video milik *YouTube*. *YouTube* hanyalah sebuah media yang mewadahi video-video tersebut. Hak cipta dan hak miliknya tetap ada pada orang yang mengunggah video. Orang yang mengunggah video bisa saja memiliki hak cipta (*copyright*) terkait dengan video yang dipakai oleh WOW pada setiap episodenya.

## 2.7 Ekstraksi

Dalam kesempatan ini penulis juga merangkum beberapa hasil dari metode pengumpulan data dari beberapa penulis sebagai berikut:

1. Laporan Azizha (2017), *Peran Divisi Kreatif Dalam Program Acara Talkshow Intermezzo di INEWS TV*, Akademi Komunikasi Indonesia.

Dalam Laporan tersebut penulis menggunakan teknik kualitatif dan metode penelitian observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Kesimpulan dari laporan praktik kerja lapangan di atas adalah membuat penulis memahami proses produksi kerja di stasiun televisi swasta. Penulis mendapatkan pelajaran mengenai tayangan program produksi live setiap hari yang menuntut tema dan konten yang baru dengan topik yang berbeda-beda setiap harinya. Sebagai seorang yang bertanggung jawab pada divisi kreatif penulis di haruskan memiliki pemikiran yang unik agar materi konsep yang di buat tidak membuat penonton bosan tetapi antusias untuk terus mengikuti program yang di tayangkan yaitu intermezzo.

Selain mencari konsep seorang kreatif juga bertanggung jawab mencari dan mendapatkan seorang narasumber yang akan di undang, serta membuat naskah, rundown, yang sesuai dengan tema atau topik.

Disini penulis dituntut untuk membuat materi yang up to date dan hangat di bicarakan khalayak atau para audience intermezzo. Penulis sebagai sebagai kreatif intermezzo juga dituntut untuk bisa mendatangkan seorang



tokoh atau narasumber yang sesuai dengan topik dan konten yang sudah ditentukan bersama oleh tim produksi. Bekerja sebagai tim kreatif membutuhkan energi dan waktu yang ekstra serta gagasan yang selalu baru.

2. Laporan Ridwan Adi Wardono (2013), *Peran Kerja Divisi Kreatif dalam Program Talkshow "Mata Hati" di KOMPAS TV Jakarta*, Akademi Komunikasi Indonesia. Dalam Laporan tersebut penulis menggunakan teknik kualitatif dan metode penelitian observasi, wawancara, studi pustaka dan internet.

Kesimpulan dari laporan praktik kerja lapangan di atas adalah dalam program talkshow Mata Hati adalah sebuah program yang bertujuan untuk memberikan hiburan dan informasi sekaligus mengedukasi audience sehingga audience menjadikan konten program sebagai sumber referensi, inspirasi dan memberikan respektif bahwa kesuksesan itu adalah buah dari kerja keras. Disusul dengan proses mencari gagasan dan ide per episode, mencari bintang tamu, mengembangkan gagasan dan ide dengan cara mendalami riset, membuat naskah, produksi program, editing, preview, tayang.

3. Laporan Ahmad Kemal Nasution (2017), *Mekanisme Kerja Tim Kreatif pada Program Komedi Opera Van Java Trans7*, Akademi Komunikasi Indonesia. Dalam Laporan tersebut penulis menggunakan teknik kualitatif dan metode penelitian observasi, wawancara, studi pustaka dan internet.

Kesimpulan dari laporan praktik kerja lapangan di atas adalah bahwa mekanisme kerja tim kreatif didalam program acara komedi OVJ meliputi tahap-tahap produksi yang mengharuskan tim kreatif menciptakan tema cerita program OVJ dengan full cerita, lalu melakukan proses produksi dimana tim kreatif berperan dalam mengarahkan semua elemen pengisi acara, mulai dari dalang, wayang, sinden, dan bintang tamu yang hadir, setelah itu dilakukan proses pasca produksi dimana jika program *taping* yang melalui proses editing kreatif akan berkordinasi dengan *production assistant*. Hambatan kerja tim yang paling utama adalah terbatasnya ide-ide baru.

4. Skripsi Afwan Habib Prasajo (2011), *Produksi Berita Pada Program “Yogyawarta” di TVRI Stasiun D.I.Yogyakarta*, UIN Sunan Kalijaga. Dalam Laporan tersebut penulis menggunakan teknik kualitatif dan metode penelitian observasi, wawancara, dokumentasi.

Kesimpulan dari laporan praktik kerja lapangan di atas adalah Program *YOGYAWARTA* merupakan program berita unggulan di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta, sebab program tersebut sesuai dengan visi-misi TVRI Stasiun D.I.Yogyakarta dalam penyampaian informasi dan perekat masyarakat. Selain itu, program tersebut sebagai *jendela informasi* bagi masyarakat, tentang informasi yang terjadi di pemerintahan dan berbagai layanan publik beserta sarana media informasi yang lain. Program ini adalah jenis berita *Soft news* dan format siarannya yakni berita harian (*News Bulletin*) yang disisipi *session* dialog dan monolog.

Persamaan dari keempat penelitian ini penulis menggunakan metode studi pustaka dalam penulisannya. selain itu juga, Perbedaan penelitian ini adalah penulis penelitian mengacu pada proses rangkaian mekanisme kerja kreatif di program *WOW NET*. yang melakukan pengemasan acara dengan sifat *Repackaging*. sedangkan keempat penulis tersebut melakukan pengemasan dengan sifat *talkshow*. Selain referensi di atas, penulis juga menggunakan beberapa referensi lain yang mendukung tema penulisan skripsi ini, sehingga memperkuat landasan teori yang sudah ada.