

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Menjadi seorang operator MCR ( Master Control Room ) di Metro TV Jakarta merupakan pengalaman yang sangat berharga dan menyenangkan bagi penulis. Terlebih penulis bercita-cita melalulan praktik kerja lapangan di Metro TV. Operator MCR merupakan pekerjaan yang sangat membutuhkan konsentrasi yang tinggi, dan paling sibuk. Sebab operator MCR harus memastikan segala materi program, iklan comercial dan Creative Placement tayang dengan lancar tanpa gangguan. Sehingga siaran siap tayang dan tepat waktu.

Operator MCR adalah kunci kesuksesan berjalannya sebuah program pada stasiu tv, namun dalam kesuksesan tersebut memiliki kewajiban untuk berkoordinasi dengan beberapa devisi seperti, Traffic, QC ( Quality Control), Programming, IT, dan tim produksi seperti PD ( Program Director ) demi menunjangnya kesuksesan penayangan. Oleh sebab itu sebagai operator MCR harus selalu fokus dengan apa yang dikerjakan, cepat tanggap dalam berkoordinasi, memutuskan masalah, dan cepat dalam mengoperasikan iTX untuk menunjang materi agar mempermudah pekerjaan, memiliki tanggung jawab yang besar dalam kualitas penayangan, teliti, rajin, dan pandai memajemen waktu agar saat Breaking News dapat menyesuaikan waktu dan menaikan iklan terlebih Creative Placement berupa Standing Order tetap tayang karena merupakan pemasukan perusahaan.

Terkait dengan tanggung jawab jalannya siaran pada stasiun tv, operator MCR sangat dituntut agar dapat multi tasking karena kondisi siaran selalu dapat berubah kapan saja bahkan tidak sesuai dengan Log Book karena permasalahan tayangan terpotong dengan adanya Breaking News. Maka dari itu berkoordinasi dengan devisi tertentu merupakan hal penting dan sudah menjadi bagian yang melekat pada devisi MCR.

## 5.2 Saran

### 1. Pihak Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia - STIKOM (AKINDO)

Yogyakarta

- a. Alangkah lebih baik pihak kampus dapat menjalin relasi dengan instansi lokal maupun nasional yang berhubungan dengan tempat magang agar dapat mempermudah mahasiswa dalam memperoleh tempat magang atau pekerjaan.
- b. Melengkapi peralatan dengan *mengupgrade* fasilitas kampus dan memberikan pembelajaran lebih mengenai peralatan masa kini yang digunakan di lapangan atau dunia kerja.
- c. Lebih mampu menegaskan mengenai *visit company* pada semua jurusan agar mahasiswa lebih siap terjun dalam dunia kerja sesungguhnya sebelum melakukan praktik kerja lapangan ( PKL ).
- d. Meningkatkan kurikulum sesuai dengan perkembangan jaman agar lebih mampu bersaing dengan kampus lain yang nantinya sesuai dengan bidang yang ada pada lapangan atau pekerjaan.
- e. Lebih mampu mencoba mengaplikasikan metode pembelajaran yang baru agar memotivasi mahasiswanya untuk lebih kreatif.
- f. Sebaiknya pihak kampus mampu mendukung dan lebih mengapresiasi mahasiswanya dalam bentuk update pada website kampus.

### 2. Pihak Metro TV ( PT. Media Indonesia )

- a. Lebih banyak melakukan meeting untuk pendekatan antara atasan dan karyawan dengan sharing agar psikis lebih refresh dan enjoy dalam bekerja.
- b. Adanya penegasan mengenai Standar Operasional Prosedur ( SOP ) agar bisa lebih dipahami dan dipatuhi dengan kesepakatan bersama untuk menjadi panduan tanggung jawab pekerjaan yang seharusnya dilakukan.

- c. Mempererat hubungan karyawan dalam satu divisi dan divisi lain yang terkait sehingga dapat dijadikan tempat untuk sharing dan bercengkrama.
- d. Meningkatkan koordinasi dengan tim dan divisi terkait agar meminimalisir *miss communication*.
- e. Menambahkan pelayanan kebersihan peralatan MCR agar karyawan terjamin kesehatannya dalam bekerja serta nyaman.
- f. Lebih mawas diri akan kapasitas pekerjaan agar lebih adil dalam bekerja.
- g. Lebih peka terhadap situasi tayangan agar tidak sering terjadi kesalahan teknis dan meningkatkan ketelitian.

### 3. Pihak Masyarakat

- a. Masyarakat lebih kritis dengan penyayangan yang disajikan bukan hanya sekedar konten saja, melainkan teknis, dan kenyamanan pandang.
- b. Masyarakat dapat memberikan informasi dan lebih terbuka terhadap stasiun televisi.
- c. Masyarakat harus lebih selektif dan bijak dalam memilih program acara televisi dan juga memperhatikan teknis kenyamanan pandang.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Badjuri, Adi. 2010. *Jurnaslitik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Creswell, Jhon W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Third Edition*.

Grass Valley. 2016. *iTX Desktop Operator Guide v2.10*.

Iskandar, Dede. 2014. *Iklim Komunikasi Organisasi Di bagian Master Control Room ( MCR ) PT MNC SKY VISION TBK*.

Moleong Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Cet 36*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana Deddy, 2007. *Metode penelitian komunikasi. Cet 1*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Nofriansyah, Deny. 2018. *Penelitian Kualitatif : Analisis Kinerja Lembaga Pemberdayaan Masyarakat*. Deepublish, 2018.

Patton, M.Q 1980. *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills, CA.: Sage Publication.

Sutopo, H.B. 1995. *Kritik Seni Holistik Sebagai Model Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.

Saputro, A. and Kurniawan, M. 2014. *Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Vast Store Yogyakarta Sebagai Media Informasi dan Promosi*.