

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup tanpa orang lain selalu melakukan komunikasi dalam hidupnya. Komunikasi merupakan penyampaian pesan dari pengirim pesan yang disebut sebagai komunikator kepada penerima pesan atau yang disebut komunikan baik dengan tatap muka maupun tidak. Komunikasi dapat ditemukan dimana saja dan kapan saja. Suatu proses komunikasi didukung oleh unsur-unsur, pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*) dan timbal balik (*feedback*). Menurut Scheidel dalam Mulyana (2015:4) manusia berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, membangun kontak sosial dengan lingkungan sekitar, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, dan berperilaku seperti yang diinginkan pemberi pesan. Tujuan dasar berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis.

Mempengaruhi seseorang baik dalam pengetahuan maupun perilaku merupakan harapan dari segala proses komunikasi karena dari sini bisa terlihat apakah pesan dapat tersampaikan dengan baik tanpa adanya gangguan atau yang disebut *noise*. Setelah mempengaruhi sikap apa yang diambil oleh penerima berikut dengan timbal balik yang diberikan, salah satu contohnya adalah merubah cara berpikir orang tersebut karena informasi yang baru didapatnya. Pengaruh bisa juga berarti perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan (Cangara 2016:29). Memberikan pengaruh yang berarti kepada seseorang hingga sampai tahap perubahan perilaku, mendasari adanya hubungan erat antara manusia, pesan, dan saluran dan efek, yang sesuai dengan salah satu jenis komunikasi yaitu komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media massa dengan jumlah komunikan relatif banyak dan dapat mempengaruhi khalayak.

Komunikasi massa bersifat heterogen, dimana mencakup semua jenis khalayak dari anak-anak, remaja, maupun dewasa. Pesan yang didapat dari komunikasi massa bersifat umum karena dituju kepada umum demi kepentingan umum. Komunikasi massa memberikan masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk bisa lebih memahami diri mereka sendiri. Ia merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat (Tankard dan Severin 2014:4). Komunikasi massa pada umumnya sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi diberikan kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi.

Jika berbicara tentang komunikasi massa maka tidak akan lepas dari media massa. Media massa sebagai perantara menyediakan informasi beserta penjelasan lebih lanjut akan suatu peristiwa atau isu. Media massa juga menghubungkan unsur yang ada, seseorang dapat mempelajari nilai-nilai sekaligus menerimanya melalui media massa. Seiring dengan berkembangnya zaman melahirkan sebuah media baru yakni dengan ditemukannya internet. Hal itu menyebabkan munculnya era media baru. Artinya, internet menjadi media kebutuhan informasi masyarakat saat

kini, karena terhitung lebih praktis, efisien, mudah, cepat, dan hampir seluruh lapisan masyarakat dapat mengaksesnya.

*Green TV* merupakan lembaga multimedia internal berbasis internet dari Institut Pertanian Bogor yang membuat konten audio visual program acara dalam bentuk *features* maupun *talkshow* yang kaya akan informasi dan dikemas secara menarik sehingga mudah dinikmati masyarakat. *Green TV* memiliki misi menginformasi masyarakat tentang hasil-hasil penelitian, paten, dan berbagai inovasi lainnya yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Target pasti yakni informasi-informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat, diadopsi, bahkan pada tahap perubahan sikap dan perilaku. Berbeda dari yang lain, untuk memudahkan persebaran informasi, *Green TV* menggunakan *platform* situs web dan Youtube sebagai media pendistribusian informasi mereka.

Menurut Nasrullah (2016:25) Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya. Sedangkan Youtube adalah salah satu *platform* media sosial berbagi video. Pada saat ini *Green TV* lebih banyak menggunakan Youtube sebagai *platform* utama dibandingkan situs web. Media sosial diyakini efektif sebagai saluran persebaran informasi karena sudah ada pergeseran perilaku masyarakat dalam mengonsumsi media. Perkembangan teknologi dan peradaban memunculkan berbagai jenis media sosial pengganti televisi, salah satunya adalah Youtube. Sebagai generasi milenial mau tak mau perlu beradaptasi dengan segala perubahan. Jika dahulu Youtube hanya dipandang sebagai media tempat mencari hiburan, kini Youtube dapat dipakai sebagai salah satu sarana mencari informasi. Informasi yang berada di Youtube sama lengkapnya dengan situs pencarian. Penyajiannya tentu dikemas dalam bentuk konten video yang tidak luput dari kreatifitas, mengikuti zaman dimana masyarakat lebih senang melihat dan mendengarkan daripada membaca.

Tayangan audio visual “Ayo! Kenali dan Perangi *Hoax*” adalah salah satu konten visual berbentuk *features*. Secara singkat, *features* berpijak pada data dan fakta yang diperoleh melalui proses jurnalistik, observasi, investigasi, dan konfirmasi dengan pihak narasumber. Konten tersebut berisi pengetahuan umum tentang apa itu *hoax*, jenis-jenis *hoax* yang beredar, mengapa masyarakat harus waspada terhadap *hoax*, serta solusi menanggapi segala macam pemberitaan palsu. *Hoax* dipilih menjadi sebuah konten yang layak karena fenomena persebaran informasi yang sudah sangat cepat dan pesat sehingga banyak oknum tidak bertanggung jawab sengaja menyalahartikan informasi tersebut. Berita *Hoax* menjadi salah satu permasalahan yang serius bagi Indonesia saat ini, dengan dampak membuat masyarakat bingung membedakan berita benar dan berita palsu. Pembuatan Tayangan “Ayo! Kenali dan Perangi *Hoax*” bertujuan agar masyarakat lebih sadar dan peduli dengan berbagai informasi yang beredar, bahwasanya segala informasi yang didapat harus dikonfirmasi terlebih dahulu dan melihat sumber dimana informasi tersebut dikeluarkan. Sekaligus memerangi pemberitaan palsu agar tidak menyebar. Dikemas dan disajikan secara menghibur agar meningkatkan animo penonton dan tidak terkesan monoton.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.
2. Dilarang meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

## 1.2 Rumusan Masalah

Setiap individu memiliki permasalahan tersendiri demikian pula dengan perusahaan tentu memiliki masalah baik internal maupun eksternal. Permasalahan tidak akan selesai, jika mengetahui apa yang melatarbelakangi dari permasalahan tersebut, maka berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil rumusan masalah yang akan di bahas dalam laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses produksi tayangan “Ayo! Kenali dan Perangi *Hoax*” di *Green TV*?  
 Apa saja hambatan dan solusi dalam proses produksi tayangan “Ayo! Kenali dan Perangi *Hoax*” di *Green TV*?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah disusun, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, tentunya untuk menjawab setiap permasalahan yang ada. Dapat disimpulkan tujuan dari laporan akhir ini diantaranya:

- Mengetahui proses produksi tayangan “Ayo! Kenali dan Perangi *Hoax*” di *Green TV*.
- Mengetahui hambatan dalam proses produksi tayangan “Ayo! Kenali dan Perangi *Hoax*” di *Green TV*.

## 2 METODE

### 2.1 Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data laporan akhir dilakukan di *Green TV*, beralamat di Gedung Agrimedia Elektronik Jl. Lingkar Akademik, Kampus Institut Pertanian Bogor Dramaga, Dramaga, Bogor, Jawa Barat. Pengumpulan data Laporan Akhir dilakukan selama dua bulan terhitung sejak 12 Juni 2019 sampai dengan 07 Agustus 2019. Pengumpulan data untuk laporan akhir dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Kegiatan yang diikuti mulai dari latihan memproduksi konten video, pencarian ide konten video, menulis naskah dan *shotlist*, melakukan pengambilan gambar, merekam narasi, dan menyunting gambar. Kegiatan yang terbilang banyak pada saat praktik kerja lapangan di Kantor *Green TV* sangat membantu membuat informasi untuk Laporan Akhir ini semakin lengkap.

### 2.2 Data dan Instrumen

Data adalah sumber informasi yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Jenis data yang digunakan untuk laporan akhir ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder:

**Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dengan terjun langsung ke lapangan. Metode yang digunakan adalah metode wawancara dan observasi

