

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada dasarnya kehidupan manusia tidak terlepas dari kegiatan komunikasi. Sejak bangun dari tidur hingga kembali tidur, manusia tanpa sadar melakukan kegiatan komunikasi, seperti beribadah, berimajinasi, berbincang dengan kerabat, *chatting*, *videocall*, ataupun menonton film atau televisi. Hal tersebut karena komunikasi merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan oleh manusia dalam menjalankan statusnya sebagai makhluk sosial yang senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya dan berhubungan dengan Tuhan.

Menurut Cangara (2018:37) komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui saluran tertentu dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Berbagai saluran atau media dapat digunakan untuk berkomunikasi, sesuai dengan tipe komunikasinya.

Menurut Cangara (2018:29) komunikasi dibagi menjadi lima tipe yakni komunikasi Antar Pribadi (Interpersonal communication), Komunikasi Kelompok Kecil (Small Group communication), Komunikasi Organisasi (Organizational communication), Komunikasi Massa (Mass communication), dan Komunikasi Publik (Public Communication).

Komunikasi massa (mass communication) dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massa melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan (Cangara, 2018:71).

Menurut Mulyana (2011:83) Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa. Hal tersebut juga selaras dengan pendapat dari Romli (2016:4) yang mengatakan bahwa ciri komunikasi massa yaitu menggunakan media massa sebagai salurannya. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa tanpa media massa, maka proses komunikasi tidak dapat disebut sebagai komunikasi massa.

Media massa merujuk kepada alat untuk berkomunikasi secara terbuka yang terorganisir dalam jarak jauh, dan kepada banyak orang dalam waktu singkat. Informasi atau pesan yang disampaikan dengan media massa biasa disebut informasi massa. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan hanya informasi yang hanya dikonsumsi secara pribadi. Dengan demikian, informasi massa adalah milik publik, bukan individu. Misalnya, berita, iklan, sinetron, film, program acara televisi, dan berbagai informasi massa lainnya (McQuail, 2011:4).

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya cenderung lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi, akibat perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat khususnya media massaelektronik seperti televisi dan radio, maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif. (Cangara, 2018:71).

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 IPB.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

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.

Media televisi merupakan media yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi karena televisi merupakan jenis media audio visual, tidak seperti media radio dan media cetak. Jenis media audio visual memiliki sifat dapat didengar dan dilihat pada saat siaran, daya rangsang sangat tinggi, daya jangkauan sangat luas, dan biaya cenderung lebih mahal dibanding jenis media audio dan media cetak. Adapun empat point utama fungsi siaran televisi yaitu: menginformasikan (information), menghibur (entertainment), mendidik (education) serta sebagai ruang kontrol masyarakat (social control) (Mabruri, 2018 : 14).

Karena televisi mempunyai kelebihan pada pemberian informasi yang menggunakan gambar serta suara, menjadikan stasiun televisi berlomba-lomba untuk membuat program acara menarik. Secara teknis program televisi diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari (horizontal programming) dan dari jam ke jam (vertical programming) setiap harinya produksi program acara televisi baik format drama, nondrama, dan berita dan olahraga dapat diwujudkan dalam bentuk pengembangan kesenian, budaya, dan pendidikan serta lainnya yang mampu memberikan pilihan - pilihan lain bagi penonton televisi untuk kepentingan bersama (Mabruri, 2018 : 23).

Berbagai macam program acara televisi dikemas dalam berbagai bentuk diantaranya: film, dokumenter, sinetron, news, *feature*, *talkshow*, *reality show*, *variety show*, komedi situasi (sitcom) dan lain - lain yang tentunya menghibur, menginformasikan, dan mendidik serta unik dan menarik (Mabruri, 2018 : 23). Banyaknya ragam acara televisi ini, melahirkan pula berbagai rumah produksi yang memproduksi acara televisi.

Fremantle adalah salah satu rumah produksi yang sukses memproduksi program acara televisi di hampir seluruh penjuru dunia. Fremantle Indonesia terletak di Jalan Barito II No. 3 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Fremantle Indonesia telah sukses membuat program acara televisi yang banyak disukai oleh khalayak. Salah satu program acara yang berhasil diproduksi Fremantle adalah *Take Me Out* Indonesia.

Keberhasilan program acara *Take Me Out* Indonesia membutuhkan kerjasama tim yang baik dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Salah satu tim yang berperan penting dalam keberhasilan program acara yaitu tim kreatif (*Creative*). *Creative* adalah pihak yang mengembangkan ide - ide kreatif dan membuat naskah (script, shootlist, screenplay) untuk diproduksi menjadi program televisi tentunya dengan arahan produser. Berbagai macam konsep, ide, dan gagasan kreatif sebuah program televisi salah satunya lahir dari *Creative* (Mabruri, 2018 :23).

Salah satu kegiatan *Creative* di program *Take Me Out* Indonesia yaitu membantu pembuatan VT profil kontestan yang diperlukan untuk mengetahui secara mendalam profil dari pria lajang yang akan menjadi *single man* di *Take Me Out* Indonesia. Oleh karena itulah penulis tertarik untuk menulis Laporan Akhir dengan judul Peran *Creative* Dalam Produksi VT Profil Kontestan Program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah:

Bagaimana *videotape* profil kontestan program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle?

- 2) Bagaimana peran *Creative* dalam produksi *videotape* profil kontestan program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle?
- 3) Bagaimana hambatan dan solusi yang dialami *Creative* dalam produksi *videotape* profil kontestan program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Menjelaskan *videotape* profil kontestan program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle
2. Menjelaskan peran *Creative* dalam produksi *videotape* profil kontestan program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle
3. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dialami *Creative* dalam produksi *videotape* profil kontestan program *Take Me Out* Indonesia di Fremantle.

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data untuk penulisan laporan akhir ini dilaksanakan bersamaan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan di Fremantle bagian *Creative* program *Take Me Out* Indonesia yang beralamat di Jalan Barito II No 3, RT 08/ RW 05, Kramat Pela, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12130. Pengumpulan data dilakukan selama 43 hari, berawal dari tanggal 16 Desember 2019 hingga tanggal 21 Februari 2020. Pelaksanaan pengumpulan data yaitu pada hari Senin hingga Jumat dari pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 20.00 WIB.

Data dan Instrumen

Laporan Akhir ini menggunakan dua jenis data sebagai pelengkapannya, yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Menurut Silaen (2018: 143), Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Data yang dikumpulkan berupa data-data yang diperoleh melalui observasi dan partisipasi aktif di lokasi PKL.
- 2) Menurut Silaen (2018: 143), Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari hasil penelitian pihak lain. Penyusunan Laporan Akhir ini menggunakan data sekunder berupa buku-buku referensi yang relevan dengan rumusan masalah yang ada

Menurut Matondang et al (2018: 51), Instrumen secara umum adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam menyusun laporan akhir ini diantaranya, alat perekam (*handphone*), laptop, dan alat tulis.

Teknik Pengumpulan Data

Laporan Akhir ini menggunakan empat Teknik pengumpulan data untuk mengerjakannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam mengerjakan penyusunan laporan akhir ini diantaranya:

1. Observasi Langsung.