

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada dasarnya manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang tidak dapat lepas dari kegiatan berkomunikasi, sehingga manusia saling membutuhkan satu dengan yang lain. Perwujudan manusia sebagai makhluk sosial dilakukan melalui interaksi manusia dengan lingkungan sekitarnya. Namun oleh jarak antara komunikator dengan komunikan, dan juga tersebar luasnya khalayak di berbagai tempat, maka manusia berkomunikasi melalui media. Menurut Hendri (2018:167), media massa adalah chanel, medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (channel of mass communication). Komunikasi massa sendiri merupakan kependekan dari komunikasi melalui media massa (communicate with media)

Televisi merupakan salah satu media massa yang digunakan dalam proses komunikasi sebagai sumber informasi bagi komunikan atau khalayak. Istilah Televisi dapat merujuk pada perangkat televisi, media transmisi televisi, atau program televisi. Kedua fungsi antara fungsi *audio* dengan *visual* dikemas menjadi suatu informasi yang mampu menstimuli indera pendengaran dan pengelihatian.

Menurut Hendri (2018:171), kelebihan televisi ialah mampu menampilkan hal menarik yang ditangkap oleh indera pendengaran dan pengelihatian, mampu menampilkan secara detil suatu peristiwa atau kejadian karena mempengaruhi dua indera sekaligus, maka efek persuasinya lebih kuat ketimbang media lainnya, jumlah pemirsanya lebih banyak, sehingga ia merupakan media yang paling populer. Dengan begitu televisi dapat dibilang mempunyai dampak yang cukup kuat terhadap penontonnya.

Stasiun televisi MNC TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang menyiarkan informasi kepada masyarakat Indonesia. Keberagaman program acara yang disajikan MNC TV membuat stasiun televisi ini menjadi unggul di pasarnya. Beberapa *genre* program acara yang disajikan oleh MNC TV diantaranya musik, komedi, *game show*, *reality show*, drama, *talk show*, *sport*, *magazine*, dan *variety show*. Masing-masing program memperoleh *rating*-nya setelah program tayang. Angka *rating* yang diperoleh diharapkan terus naik dari waktu ke waktu.

Mencapai tujuannya untuk meningkatkan angka *rating* setiap program dari waktu ke waktu, dibutuhkan kerjasama tim yang baik dalam proses pra produksi hingga pasca produksi. Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam tujuan meningkatkan angka *rating* yaitu menciptakan program baru dengan konsep konten yang sesuai dengan target khalayak dan selera penonton. Dengan memperhatikan kebutuhan penonton, program yang disajikan akan dinanti oleh khalayak sehingga dapat meningkatkan angka *rating* sesuai dengan tujuan awal.

Program Goyang In merupakan program baru dengan *genre* program musik di MNC TV yang bertujuan untuk menghibur para penonton melalui konser musik khususnya musik dangdut yang dipandu oleh Ruben Onsu sebagai *host* dibantu oleh Ghea Youbi dan Marvin KDI sebagai *co-host*. Selain konser musik, Goyang In yang menghadirkan artis-artis nusantara ini juga menampilkan sejumlah penampilan menghibur lainnya seperti kesenian daerah, *games*, senam massal, dan masih banyak lagi. Program Goyang In dikemas dengan konten-konten yang bervariasi dan tidak monoton, namun tetap memperhatikan kebutuhan penonton sehingga terkesan seru. Cara pengemasan program yang memahami selera audien ini yang

membuat pemirsa tertarik sehingga program Goyang In digemari dan ditunggu-tunggu oleh penontonnya.

Menurut Latief dan Utud (2017:184), jika sebuah program sudah menampilkan berbagai macam materi (items) dikelompokkan sebagai program *variety show*. Tetapi karena program Goyang In didesain sebagai program musik dan dominasi programnya menampilkan penampilan musik tetap disebut sebagai format program musik. Tidak selalu hanya menampilkan musik atau lagu, tetapi juga dapat menampilkan materi lain yang ada hubungannya dengan pertunjukan tersebut, atau bisa juga tidak ada hubungannya tetapi memiliki kreativitas dan manfaat untuk audiensi. Hal inilah yang membuat program non-drama disebut fleksibel.

Membuat acara atau program televisi menjadi menarik merupakan salah satu tugas tim kreatif, sehingga tujuan-tujuan seperti *rating* terpenuhi dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Menurut Fachruddin (2015:96), kreatif program bertugas merancang desain program hingga naskah final untuk membuat berbagai macam program televisi, yang jumlahnya mencapai ratusan slot waktu setiap bulannya. Oleh karena itu stasiun televisi menempatkan tim kreatif program pada setiap kru operasional produksi yang terdiri dari konseptor ide, para penulis skenario, pengembangan program (development), dan *analyst* acara televisi.

Tim kreatif tersebut adalah otak dari segala ide program televisi. Mereka bekerja keras memeras ide dan mencoba menyajikannya menjadi kertas naskah yang siap diproduksi. Tim kreatif dihadapkan kenyataan setiap saat terhadap ritme kerja, kedisiplinan, sistematis kerja di televisi, dan pola produksi stasiun televisi yang sangat padat. Hampir tidak ada waktu luang untuk berleha-leha, bahkan tim kreatif harus mampu membaca pangsa pasar.

Singkatnya, pengertian tim kreatif televisi adalah tim yang terdiri dari sekumpulan orang yang bertugas mencari ide mengenai acara yang akan ditayangkan dan mengembangkan ide tersebut menjadi suatu konsep utuh secara mendetail. Sebelum dikembangkan dan didiskusikan dengan tim kreatif lainnya, ide tersebut diperoleh berdasarkan pengalaman pribadi maupun inspirasi di luar pengalaman pribadi seorang kreatif. Kemudian konsep yang dikembangkan oleh tim kreatif akan dituangkan dalam bentuk naskah dan rundown acara yang berisikan detail susunan acara sesuai durasi acara yang sudah ditentukan. Konsep acara yang dihasilkan harus cukup menarik untuk meningkatkan angka *rating* serta mengundang sponsor sehingga tertarik untuk bekerja sama dengan program tersebut.

Posisi sebagai seorang kreatif merupakan posisi pemula dalam produksi film dan televisi atau industri pertelevisian Indonesia. Posisi pemula ini bisa disebut juga dengan *entry-level* yang dapat diartikan sebagai posisi awal bagi para karyawan untuk memulai karir di bidangnya tertentu. Pada dasarnya posisi pemula ini diisi oleh tenaga kerja yang baru lulus dari pendidikannya, atau *fresh graduate*.

Seluruh karyawan atau tenaga kerja yang bekerja di MNC TV memiliki prosedurnya masing-masing dalam melakukan tugasnya, begitu pula dengan tim kreatif dalam melakukan proses produksi sebuah program. Memproduksi sebuah program merupakan salah satu tanggung jawab tim kreatif agar suatu perusahaan di industri pertelevisian tetap berjalan. Maka dari itu, hal inilah yang melatarbelakangi penyusunan Laporan Akhir yang berjudul “Tahapan Tim Kreatif dalam Memproduksi Program Goyang In di MNC TV”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

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



Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan akhir ini meliputi:

1. Bagaimana deskripsi program acara Goyang In MNC TV?
2. Bagaimana tahapan tim kreatif dalam memproduksi program Goyang In di MNC TV?
3. Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi oleh tim kreatif dalam memproduksi program Goyang In di MNC TV?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk:

1. Menjelaskan deskripsi program acara Goyang In MNC TV.
2. Menjelaskan tahapan tim kreatif dalam memproduksi program Goyang In di MNC TV.
3. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi oleh tim kreatif dalam memproduksi program Goyang In di MNC TV.



METODE
Sekolah Vokasi
 Lokasi dan Waktu
 College of Vocational Studies

Pengumpulan data untuk melengkapi penulisan laporan akhir ini dilakukan pada saat mengikuti program Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara langsung di kantor MNC TV yang beralamat di Jl. Perjuangan No.9 10, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530, Indonesia. Praktik Kerja Lapangan ini berlangsung selama empat puluh hari, terhitung dari tanggal 6 Januari 2020 sampai dengan 4 Maret 2019, normalnya pada hari Senin hingga Jumat pada pukul 11.00–20.00 WIB dan diluar jadwal tersebut jika diperlukan.

Data dan Instrumen

Data merupakan fakta dalam bentuk catatan atau media. Data merupakan hal yang sangat penting sebagai bahan rujukan dalam mendukung hasil observasi yang dilakukan untuk penulisan laporan ini. Data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui pengamatan di lapangan mengenai tahapan kerja tim kreatif Program Goyang In di MNC TV. Sementara data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang berasal dari internet atau studi pustaka. Penjelasan lebih lengkap mengenai data primer, data sekunder dan instrumen adalah sebagai berikut:

1. Data Primer
 Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang bersangkutan atau dari tangan pertama tanpa perantara, yaitu dari divisi kreatif program Goyang in MNC TV. Data yang diperoleh berasal dari pengamatan lapangan, yakni melakukan tanya jawab dan berpartisipasi secara langsung dalam proses produksi program.
2. Data Sekunder