

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial, maka manusia pada dasarnya tidak mampu hidup sendiri di dalam dunia ini baik dalam konteks fisik maupun dalam konteks sosial-budaya. Menurut Cangara (2016:41) komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, surat kabar, film, dan televisi.

Perkembangan media massa mengalami peningkatan setiap tahunnya oleh karena itu fungsi media massa sendiripun semakin beragam. Menurut Vera (2016:17), membicarakan fungsi komunikasi massa tidak terlepas dari media massa karena media massa adalah alat untuk menyampaikan pesan dari komunikasi massa. Media massa memiliki fungsi informasi, pendidikan, hiburan, fungsi meyakinkan, fungsi membius, menciptakan rasa kebersamaan, fungsi integrasi dan empati, transmisi budaya, *surveillance* (pengawasan) dan meningkatkan aktivitas politik. Kemajuan zaman yang sangat pesat membuat teknologi untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan pun semakin canggih dan beragam. Saat ini manusia bisa bertukar informasi tanpa mengenal jarak dan waktu. Keberagaman media hadir untuk menjadi penyalur kebutuhan informasi bagi masyarakat. Manusia membutuhkan media yang efektif dan efisien untuk membagikan atau pun untuk menerima suatu informasi. Salah satu media yang digunakan dan berkembang sangat pesat adalah televisi.

Menurut Sutisno dalam Vera (2016:79) televisi berasal dari kata; *tele* (bahasa Yunani) yang berarti “jarak” dan *visi* berasal dari bahasa Latin yang artinya “citra” atau “gambar”. Kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh dan kemudian dapat dipandang sekaligus didengar (*audio-visual*) oleh orang lain. Menurut Badjuri (2010:39) televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (*audio-visual*). Media televisi membuat penyebaran informasi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, dalam menyajikan sebuah informasi media dituntut untuk cepat tetapi tetap harus memperhatikan kode etik yang berlaku. Indonesia sendiri terdapat beberapa stasiun televisi yang telah menayangkan program program yang menarik serta menghibur, salah satunya MNCTV.

Nama udara MNCTV digunakan sejak 20 Oktober 2010 pasca transformasi perusahaan yang sebelumnya bernama TPI dan telah melahirkan slogan perusahaan ‘Selalu Di Hati’. Melalui slogannya, MNCTV ingin menampilkan program acara yang dapat diterima dengan baik di hati masyarakat Indonesia. Jangan Baper merupakan program acara yang tayang di MNCTV guna menghibur penonton setianya. Program acara Jangan Baper adalah program *variety show* yang tayang di MNCTV setiap hari Kamis dan Jumat pukul 15.30 WIB dengan pemandu acara Gilang Dirga dan Azis Gagap serta Mpok Alpa sebagai *co-host*. Program ini memiliki konsep yang unik yaitu *comedy talkshow* yang dimana pembawa acara menanyakan hal-hal menarik seperti bintang tamu yang hadir lalu dikemas dengan candaan lucu oleh pembawa acara yang lainnya dan menjadikan program acara Jangan Baper ini dapat menghibur

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



penonton baik yang di rumah maupun yang di studio.

Menurut Latief dan Utud (2018:152) proses produksi adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk audio *video* (AV). Produksi berupa pelaksanaan perekaman gambar (taping) atau siaran langsung (live). Suatu program televisi biasanya memiliki tim yang menjalankan peranannya masing-masing sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Ada elemen penting yang menjadikan program acara televisi berjalan dengan baik yaitu keberadaan *team creative*. *Team creative* menurut Latief dan Utud (2018:128) 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. *Team creative* bertanggung jawab untuk memproses materi tayangan dari bentuk awal yang masih mentah hingga menjadi sebuah bentuk yang menarik dan layak untuk ditonton.

Berdasarkan uraian diatas, maka laporan Tugas Akhir ini akan mengkaji mengenai Peran Team Creative Proses Produksi Program Acara Jangan Baper di MNCTV, beserta hambatan yang dihadapi oleh Team Creative pada Produksi Program Acara Jangan Baper di MNCTV.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai pentingnya tugas *team creative* dalam proses produksi program Jangan Baper di MNCTV maka rumusan masalah dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi program Jangan Baper di MNCTV?
2. Apa saja tugas *team creative* dalam pogram Jangan Baper di MNCTV?
3. Apa saja hambatan *team creative* dalam proses produksi Jangan Baper di MNCTV beserta solusinya?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Menjelaskan proses produksi program Jangan Baper di MNCTV.
2. Menjelaskan tugas *team creative* dalam pogram Jangan Baper di MNCTV.
3. Menjelaskan hambatan hambatan *team creative* dalam proses produksi Jangan Baper di MNCTV dan alternatif solusinya.

METODE

Lokasi dan Waktu

Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan di Kantor MNCTV yang beralamat di Jalan Perjuangan no 9-10 Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Indonesia. Waktu pengumpulan data dilaksanakan 40 hari kerja terhitung dari tanggal 6 Januari 2020 sampai dengan 6 Maret 2020 selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan berlangsung.

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