



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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Menurut Cangara (2016) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa faktor psikologi memandang bahwa dalam berkomunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima pancaindra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Saat ini fakta empirisnya telah mengalami pergeseran bahwa media massa mengalami reduksi khalayak karena berpindah ke media online dan media social, demikian juga dengan karakteristik media massa yang heterogenya sudah mengalami transformasi menjadi homogeni akibat persaingan yang ketat memaksa mereka melakukan positioning yang sangat ketat. (Panuju:2018).

Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio televisi atau film. Jadi media massa modern merupakan produk teknologi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan. Hal tersebut perlu dijelaskan sebab diantara para cendekiawan antara lain Everett M. Rogers ada yang mengatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa tradisional, di antaranya teater rakyat, juru dongeng keliling dan pantun (Yudi dan Yetty:2017). Menurut West Richard dan Lynn, teori kultivasi memusatkan pada peran televisi dalam hidup kita. Teori ini memperhatikan efek terlalu banyaknya mengonsumsi tayangan televisi terhadap persepsi seseorang kepada dunia. Banyaknya masyarakat diseluruh dunia yang menggunakan media elektronik yang saat ini terkenal juga yaitu televisi.

Teori komunikasi massa awalnya berasal dari berbagai penelitian yang didorong oleh perhatian terhadap pengaruh politik terhadap media surat kabar. Pembahasan pada teori komunikasi massa ini akan menguraikan sejumlah teori yang cukup besar dan memberi pengaruh yang luas bagi perkembangan teori komunikasi massa berikutnya (Syahputra:2016). Secara umum penggunaan media massa untuk menjalankan fungsi utamanya seperti memberi informasi dan hiburan, juga dimanfaatkan untuk kepentingan khusus. Banyaknya potensi dari media massa, dapat dimanfaatkan juga oleh para *influencer* yang berkecimpung didunia *social media* atau memproduksi suatu konten untuk dibagikan kepada masyarakat.

Seiring perkembangan zaman, perkembangan dalam dunia media atau program menunjukkan perubahan yang sangat signifikan. Media audio visual atau program yang pada awalnya hanya berupa entitas kecil, namun sekarang perkembangannya sangat melesat. Perkembangan teknologi media audio visual saat ini meluas dan sangat signifikan, hingga pada akhirnya teknologi ini sangat



diminati oleh kalangan masyarakat. Selain sangat berguna untuk dimasa yang akan datang juga sangat berguna untuk kehidupan sehari-hari seperti mendengarkan atau melihat berita di tv atau menggunakan media sosial yang sangat terkenal sekarang adalah *Youtube*. Namun dizaman sekarang Televisi pun sudah jauh menurun dibandingkan dengan *Youtube* semua orang beralih kepada media ini karena lebih mudah diakses menggunakan Handphone yang tersembung dengan Internet.

Youtube mempunyai system pencarian, jika ingin menonton suatu konten atau program yang diinginkan hanya tinggal mengetik nama konten atau program pada kolom pencarian. Ada dua alasan yang melatarbelakangi penentuan ide program. Pertama motivasi pribadi, kedua motivasi sponsor atau produser. Motivasi pribadi dilatarbelakangi oleh ketertarikan individu (atau orang yang bersangkutan) pada sebuah fenomena (Yusanto F:2016). Program televisi dibagi menjadi dua yaitu program informasi dan program hiburan. Program informasi adalah seluruh jenis siaran yang tujuannya menambah pengetahuan kepada khalayak (audiens). Program informasi terbagi menjadi dua bagian yaitu berita berat (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Berita *soft news* adalah sebuah program berita yang menyajikan informasi menarik dan penting yang disampaikan secara dalam (*indepth*) namun tidak segera ditayangkan. Produksi suatu program masuk kedalam 'Komunikasi Massa' karena hasil dari produksi suatu program akan dinikmati oleh khalayak massa. Secara ringkas, komunikasi massa terdiri dari dua kata yakni; komunikasi dan massa. Secara denitif komunikasi sudah kita ketahui ada banyak ragam jenis komunikasi (Nurudin 2016).

IPB TV adalah bagian dari Unit Pelaksanaan Teknik (UPT) Radio dan Televisi dari IPB University. IPB TV adalah televisi komunitas yang digunakan sebagai media penyebaran informasi dari internal IPB ke khalayak eksternal IPB dengan segmentasi utama adalah masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai IPB. IPB TV memiliki berbagai macam program, seperti IPB Pedia, IPB News, dan IPB Talks. IPB Pedia adalah salah satu program yang menyajikan tayangan *feature* petunjuk praktis yang membahas suatu informasi dan permasalahan umum yang sering terjadi di kalangan masyarakat.

IPB TV memiliki tiga (3) program yang tidak kalah menarik dengan televisi komunitas lainnya, salah satu nya ada program IPB Pedia. Program IPB Pedia, menyajikan berupa tayangan *feature* yang didalamnya terdapat tips dan informasi menarik dari para ahli dengan hasil riset-riset mereka. Salah satu tayangan dari IPB Pedia adalah "Tips Hemat BBM dengan *Eco Driving*" Dalam proses produksinya memakan waktu yang tidak sebentar, karena melewati proses dari praproduksi hingga ke pascaproduksi. Peran dari *script writer* pun sangat penting dalam tayangan ini, karena mulai dari menyiapkan ide hingga produksi ke lokasi *script writer* ikut andil langsung dalam produksi tayangan Tips Hemat BBM dengan *Eco Driving* ini. *Script writer* beserta pihak-pihak dalam tim yang bekerjasama dengan baik, menghasilkan tayangan *feature* yang menarik dan informatif bagi khalayak umum.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka masalah yang dibahas dalam laporan akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana peran *script writer* pada produksi tayangan Tips Hemat BBM dengan *eco driving*?
- 2) Apakah terdapat hambatan dalam produksi tayangan Tips Hemat BBM dengan *eco driving*?

Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang maka tujuan yang dibahas dalam laporan akhir ini adalah:

- 1) Mengetahui peran *script writer* pada produksi tayangan Tips Hemat BBM dengan *eco driving*
- 2) Mengetahui hambatan dan solusi dari produksi tayangan Tips Hemat BBM dengan *eco driving*

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data untuk Menyusun laporan akhir ini dilaksanakan sesuai jadwal Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang diadakan pada awal tahun yaitu tanggal 8 Maret hingga 4 Mei 2021 dengan jadwal Senin- jumat Pukul 08.00 – 16.00. Namun dikarenakan kondisi sedang tidak memungkinkan yaitu adanya COVID-19. Jadwal menjadi 3 hari WFO (*work offline*) dan 2 Hari WFH (*work from home*). Seluruh kegiatan PKL saat *work offline* dilaksanakan di kantor IPB TV, IPB University Gedung Agrimedia Elektronik Kampus IPB Dramaga Bogor.

Data dan Instrumen

Data dan Instrumen adalah dua hal terpenting yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Data merupakan sumber yang didapatkan secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dijadikan landasan untuk menjawab permasalahan. Sedangkan instrument adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam pengumpulan data.

- 1) Data Primer
Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau sumber data utama di lapangan melalui wawancara dari pihak-pihak yang berhubungan dengan topik yang dibahas dalam laporan akhir ini. Data primer yang digunakan adalah wawancara dengan pembimbing lapangan sekaligus *executive* Produser pada TIM 3 yang memegang tayangan IPB Pedia yang berjudul “Tips Hemat BBM dengan *Eco Driving*” selama menjalani praktek kerja lapangan.
- 2) Data Sekunder