

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

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya tidak akan mampu hidup tanpa komunikasi. Komunikasi bagi manusia merupakan aktivitas dasar yang telah dilakukan sejak saat manusia tersebut lahir ke dunia. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi merupakan bagian penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia sebagai makhluk sosial.

Menurut Nurhadi dan Kurniawan (2017: 91) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media). Komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Pengertian tersebut memberikan pemahaman bahwa komunikasi dilakukan dengan suatu tujuan dan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut harus paham dan memiliki kesamaan makna tentang hal yang dikomunikasikan.

Komunikasi sendiri dibagi menjadi beberapa tipe komunikasi, salah satunya adalah komunikasi massa. Menurut Tambunan (2018:25) komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Umumnya Komunikasi massa menyebarkan informasi yang bersifat terbuka untuk umum (Syaipudin, 2020:16). Kedua definisi tersebut dapat diartikan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan secara terbuka oleh suatu lembaga kepada massa anonim bersifat heterogen dan tersebar. Penyampaian pesan terbuka tersebut membutuhkan suatu media yang mampu menyampaikan pesan tersebut secara luas.

Khotimah (2018:121) menjelaskan bahwa masyarakat dan media selalu berkaitan dan media menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat, sadar atau tidak sadar bahwa media memiliki pengaruh yang berdampak positif maupun negatif dalam pola dan tingkah laku masyarakat. Media menentukan seberapa cepat pesan yang disampaikan akan sampai pada penerima pesan serta mempengaruhi bagaimana pemahaman dari penerima pesan. Media yang tepat dalam menyebarkan informasi secara luas dengan cepat dalam komunikasi massa ini adalah media massa. Media massa memiliki Media massa merupakan salah satu media yang berkembang dengan pesat, hal ini tidak dapat dipungkiri karena pesan yang disampaikan melalui media massa dapat dengan cepat tersebar luas sehingga mampu menghubungkan manusia dengan lingkungan sekitarnya dengan cepat.

Media massa sendiri terbagi menjadi dua, yaitu media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, dan media massa elektronik seperti radio, media online, sosial media, dan televisi. Berdasarkan data pada Databoks pertanggal 20 April 2022, televisi menduduki posisi kedua sebagai media yang sering digunakan oleh responden setelah internet. Televisi mampu menyampaikan suatu pesan dengan audio dan visual secara bersamaan sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan dinikmati dalam waktu bersamaan. Hal tersebut tentunya menjadikan televisi sebagai media yang digemari masyarakat dalam mencari suatu

informasi, karena itu televisi memiliki pengaruh yang terhadap pemahaman dan pemikiran masyarakat akan suatu isu.

Menurut Mablori dalam Wulan dan Syaifuddin (2010:66) televisi merupakan media komunikasi modern yang menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu. Perencanaan dalam memproduksi program televisi merupakan syarat utama untuk menghasilkan program yang fokus, ceritanya nyaman dinikmati, dan proses eksekusinya berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Televisi sebagai media massa yang telah menjadi kebutuhan pokok setiap individu tentunya harus mengemas program-program yang ditayangkan sedemikian rupa agar dapat menghibur, mendidik, dan memberikan informasi pada khalayaknya secara bersamaan.

Kids TV MNC Channels adalah salah satu *channel* televisi yang dikhususkan untuk anak-anak. Kids TV MNC Channels menayangkan banyak program untuk anak, salah satu programnya adalah program Kids Menu yang merupakan program *inhouse* atau program yang diproduksi sendiri oleh Kids TV MNC Channels. Pada setiap episode penayangan program Kids Menu ini berdurasi sekitar 30 menit yang dibagi menjadi dua segmen, yaitu segmen pembuatan makanan dan segmen pembuatan minuman yang masing-masing durasinya disesuaikan.

Kids Menu merupakan salah satu program *In-house* unggulan dari MNC Channels, hal ini terbukti dengan data yang diperoleh dari MNCC *In-house Production* yang mengatakan program Kids Menu memiliki persentase *share* sebanyak 2,7% pada 16 April 2022, dimana angka tersebut adalah yang terbesar diantara program *In-house* lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa program Kids Menu berhasil mencapai target khalayaknya, baik target utamanya maupun target keduanya.

Proses produksi tentunya banyak elemen yang terlibat mulai dari Produser, Asisten Produksi, Tim Kreatif, Juru Kamera, hingga Editor. Semua memiliki peran, tugas dan tanggung jawabnya masing-masing yang sama pentingnya. Termasuk Tim Kreatif (*Creative*). Tim Kreatif adalah pihak yang mengembangkan ide-ide kreatif untuk diproduksi menjadi program televisi dengan arahan Produser dan bantuan tim produksi serta kru produksi lainnya.

Tim kreatif memiliki tugas yang sangat penting dalam kontribusinya pada proses produksi program Kids Menu pada Kids TV MNC channels. Mulai dari kegiatan pra-produksi, produksi hingga pasca produksi, tim kreatif memiliki peran dalam setiap proses tersebut. Hal tersebut yang mendorong penulis untuk menulis laporan akhir dengan judul Tanggung Jawab Tim Kreatif dalam Proses Produksi Program Kids Menu pada MNC Channels.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan laporan akhir ini, yaitu

1. Bagaimana proses produksi program Kids Menu pada Kids TV MNC Channels?
2. Apa Tugas Tim Kreatif dalam proses produksi program Kids Menu pada Kids TV MNC Channels?
3. Apa saja hambatan yang ditemui Tim Kreatif dalam proses produksi program Kids Menu pada Kids TV MNC Channels beserta solusinya?

Tujuan

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

1. Memaparkan proses produksi program Kids Menu pada Kids TV MNC Channels.
2. Memaparkan tugas Tim Kreatif dalam pogram Kids Menu pada Kids TV MNC Channels.
3. Memaparkan hambatan hambatan Tim Kreatif dalam proses produksi Kids Menu pada Kids TV MNC Channels.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor Agricultural University

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.

