

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang**

Di Indonesia, siaran televisi dipandang sebagai salah satu media informasi dan hiburan yang memiliki banyak sekali penonton, tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, pendidikan, maupun status sosial seseorang. Tidak berlebihan bahwa saat ini hampir di setiap rumah dapat dijumpai satu pesawat televisi, dan setiap anggota keluarga dapat menonton televisi (Tamburaka, 2013:6)

Menurut Hidayat televisi adalah media yang istimewa. Televisi menggabungkan unsur audio dan visual dalam sebuah media sekaligus. Dengan keistimewaan tersebut, televisi memiliki daya tarik yang besar dalam mempengaruhi pola-pola kehidupan masyarakat (Tamburaka, 2013:67). Sehingga televisi saat ini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari keseharian sebagian besar manusia. Karena televisi adalah media massa yang paling sering dituding memberikan efek paling besar bagi audiennya (Morissan, 2008:26).

Sejak bergulirnya UU nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dunia penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti. Jumlah televisi baru diperkirakan akan terus bermunculan. Dan kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi (Morissan, 2008:10). Dengan demikian, keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami audiennya. (Morissan, 2008:163).

Tingkat persaingan industri penyiaran juga semakin mendorong terjadinya segmentasi media penyiaran, ini berarti suatu media penyiaran yang baru berdiri harus betul-betul memilih target audien secara tegas jika tidak ingin kalah bersaing dengan media penyiaran lainnya yang sudah banyak berdiri. Sehingga bila sebuah media penyiaran ingin menargetkan kelompok sosial atau etnis tertentu, maka media itu akan menyusun program khusus untuk kebutuhan dan kesejahteraan mereka (Morissan, 2008:166).

Saat ini, salah satu televisi lokal yang mulai tumbuh besar dan menjadi pesaing kuat televisi-televisi swasta di Indonesia yaitu stasiun televisi JTV. JTV mulai mengudara sejak 8 November 2001, yang kehadirannya mampu mencuri perhatian masyarakat luas, khususnya masyarakat Jawa Timur dengan penyajian program-program acaranya yang memiliki ciri khas tersendiri dan kental dengan nuansa kejawatimurannya.

Sebagai sebuah stasiun televisi lokal Jawa Timur, JTV mempunyai visi mewujudkan budaya dan potensi Jawa Timur yang beragam. Untuk mencapai visinya, JTV pun menyajikan program-program yang sesuai dengan karakter masyarakat Jawa Timur. JTV berupaya untuk “dekat” dengan masyarakat Jawa Timur melalui program-programnya. Usaha-usaha JTV untuk mengakrabkan diri dengan pemirsa Jawa Timur ditunjukkan melalui gaya (strategi) berisikan konten lokal (*Softcopy Company Profile JTV*). Contohnya saja, program acara Stasiun Dangdut, Ludruk Cilik, Solusi Sehat, Kampung Guyub Rukun dan lain-lain (<http://www.jtv.co.id/>)

Pada penelitian ini penulis fokus pada program acara “Kampung Guyub Rukun” atau biasa disebut KGR yang merupakan salah satu program dengan unsur menghibur yang ditayangkan di JTV. Karena JTV ingin lebih mendekatkan diri pada masyarakat dan mengingat banyaknya pemirsa setia JTV di Jawa Timur, khususnya daerah Surabaya dan sekitarnya melihat situasi kampung yang selalu guyub dan rukun juga menjadi salah satu alasan JTV membuat program acara tersebut. Dengan itu, program “Kampung Guyub Rukun” selalu hadir di setiap kampung yang berbeda-beda setiap harinya serta menyajikan dan menghidupkan kemeriahan 17-an di setiap *segment* acaranya.

Dalam program acara ini, KGR menampilkan 6 *segment* acara di hari kamis sampai sabtu, sedangkan untuk hari minggu program acara ini menampilkan 8 *segment*. Masing-masing *segment* acara, KGR melibatkan massa/warga di sebuah kampung untuk ikut berpartisipasi, serta mengedepankan interaktif dengan warga setempatnya. Sebagai pembuka acara, warga akan diajak bersama-sama *flashmob* dengan *jingle* JTV, lalu dilanjutkan dengan berbagai macam lomba yaitu lomba karaoke (asik-asik joss), lomba masak (masakarepmu), lomba joget (pokok'e

joget) dan *games-games* ala Agustusan. Khusus di hari Minggu, warga akan diajak senam pagi. Dan pada hari-hari *special*, KGR memiliki tema yang berbeda-beda pula untuk lebih memeriahkan lagi program acara tersebut. Contohnya saja pada saat Piala Dunia, *euforia* itu dapat dirasakan ketika presenter dan semua warga diajak memeriahkan acara tersebut dengan berdandan ala *suporter*.

Melihat keunikan program “Kampung Guyub Rukun” diatas maka penulis tertarik melakukan Kerja Praktek (KP) di program acara tersebut, khususnya mengenai proses produksi acara. Mulai dari perencanaan, persiapan, produksi hingga pasca produksi.

## **I.2. Bidang Kerja Praktek**

Bidang kerja praktek penulis berdasarkan konsentrasi media, yang melingkupi proses produksi dalam program acara “Kampung Guyub Rukun” di JTV Surabaya.

## **I.3. Tujuan Kerja Praktek**

Tujuan dari kerja praktek ini adalah untuk mengetahui proses produksi program acara “Kampung Guyub Rukun” di JTV Surabaya.

## **I.4. Manfaat Kerja Praktek**

### **a. Akademis:**

Memperkaya teori tentang proses produksi program acara “Kampung Guyub Rukun” sekaligus menjembatani Fakultas dalam memelihara hubungan kerjasama, dengan media tempat mahasiswa melakukan kerja praktek.

### **b. Praktis:**

Hasil yang diperoleh selama kerja praktek diharapkan dapat memberi masukan dan bahan evaluasi bagi penulis maupun JTV.

Saat ini, salah satu televisi lokal yang mulai tumbuh besar dan menjadi pesaing kuat televisi-televisi swasta di Indonesia yaitu stasiun televisi JTV. JTV mulai mengudara sejak 8 November 2001, yang kehadirannya mampu mencuri perhatian masyarakat luas, khususnya masyarakat Jawa Timur dengan penyajian program-program acaranya yang memiliki ciri khas tersendiri dan kental dengan nuansa kejawatimurannya.

Sebagai sebuah stasiun televisi lokal Jawa Timur, JTV mempunyai visi mewujudkan budaya dan potensi Jawa Timur yang beragam. Untuk mencapai visinya, JTV pun menyajikan program-program yang sesuai dengan karakter masyarakat Jawa Timur. JTV berupaya untuk “dekat” dengan masyarakat Jawa Timur melalui program-programnya. Usaha-usaha JTV untuk mengakrabkan diri dengan pemirsa Jawa Timur ditunjukkan melalui gaya (strategi) berisikan konten lokal (*Softcopy Company Profile* JTV). Contohnya saja, program acara Stasiun Dangdut, Ludruk Cilik, Solusi Sehat, Kampung Guyub Rukun dan lain-lain (<http://www.jtv.co.id/>)

Program acara “Kampung Guyub Rukun” atau biasa disebut KGR ini merupakan salah satu program dengan unsur menghibur yang ditayangkan di JTV. Karena JTV ingin lebih mendekatkan diri pada masyarakat dan mengingat banyaknya pemirsa setia JTV di Jawa Timur, khususnya daerah Surabaya dan sekitarnya melihat situasi kampung yang selalu guyub dan rukun juga menjadi salah satu alasan JTV membuat program acara tersebut. Dengan itu, program “Kampung Guyub Rukun” menyajikan dan menghidupkan kemeriahan 17-an setiap harinya.

Dalam program acara ini, KGR mengeluarkan 6 *segment* acara di hari kamis sampai sabtu, sedangkan untuk hari minggu program acara ini mengeluarkan 8 *segment*. Masing-masing *segment* acara, KGR melibatkan massa/warga di sebuah kampung untuk ikut berpartisipasi, serta mengedepankan interaktif dengan warga setempatnya. Sebagai pembuka acara, warga akan diajak bersama-sama *flashmob* dengan *jingle* JTV, lalu dilanjutkan dengan berbagai macam lomba yaitu lomba karaoke (asik-asik joss), lomba masak (masakarepmu), lomba joget (pokok’e joget) dan *games-games* ala Agustusan. Khusus di hari Minggu, warga akan

diajak senam pagi. Dan pada hari-hari *special*, KGR memiliki tema yang berbeda-beda untuk lebih memeriahkan lagi program acara tersebut.

Melihat keunggulan program “Kampung Guyub Rukun” diatas maka penulis tertarik melakukan Kerja Praktek (KP) di program acara tersebut, khususnya mengenai proses produksi acara. Mulai dari perencanaan, persiapan, produksi hingga pasca produksi.

## **I.2. Bidang Kerja Praktek**

Bidang kerja praktek penulis berdasarkan konsentrasi media, yang melingkupi proses produksi dalam program acara “Kampung Guyub Rukun” di JTV Surabaya.

## **I.3. Tujuan Kerja Praktek**

Tujuan dari kerja praktek ini adalah untuk mengetahui proses produksi program acara “Kampung Guyub Rukun” di JTV Surabaya.

## **I.4. Manfaat Kerja Praktek**

### **a. Akademis:**

Memperkaya teori tentang proses produksi program acara “Kampung Guyub Rukun” sekaligus menjembatani Fakultas dalam memelihara hubungan kerjasama, dengan media tempat mahasiswa melakukan kerja praktek.

### **b. Praktis:**

Hasil yang diperoleh selama kerja praktek diharapkan dapat memberi masukan dan bahan evaluasi bagi penulis maupun JTV.