

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi melahirkan sesuatu media baru yang sanggup menyajikan informasi secara cepat kepada publik yaitu Televisi. Dewasa ini televisi bahkan tidak hanya digunakan selaku media penyampaian data saja, televisi juga jadi media yang diperlukan khalayak sebagai hiburan, penyampaian kabar, pendongkak karier, sampai propaganda politik.

Perbedaannya dengan radio yang tidak hanya dapat di dengar (audio) tetapi pula bisa dilihat (visible), membuat televisi memiliki pengaruh yang lebih kokoh dalam kapasitasnya tersebut. Siaran televisi pula mempunyai sifat yang langsung, simultan, intim, serta nyata.

Berdasarkan kesadaran itu para pengelola stasiun televisi bekerja merencanakan, memproduksi, dan menyajikan siaran mempunyai tanggung jawab moral dan etika terhadap masyarakat. Siaran televisi mempunyai daya penetrasi yang sangat kuat terhadap individu atau kelompok, akibatnya siaran televisi dapat menimbulkan dampak yang sangat luas di masyarakat, dengan kata lain dampak yang ingin ditimbulkan baik ke arah positif atau sebaliknya tergantung siapa dibalik stasiun televisi tersebut.

Dengan semakin berkembangnya industri pertelevisian menuntut pemirsa untuk bisa memilih dan memilah program acara yang disukai. Persaingan antar stasiun televisi semakin ketat sehingga menuntut stasiun televisi untuk membuat program acara yang bisa menarik pemirsa. Karena pemirsa dalam konsep media televisi sangat penting. Karena stasiun televisi berfungsi sebagai media bisnis. Untuk bisa bersaing dalam merebut pemirsa, stasiun televisi harus mempunyai program yang sesuai dengan keinginan pemirsa, khususnya stasiun televisi lokal.

Perkembangan media penyiaran lokal di Indonesia berkembang pesat dengan arus teknologi dan informasi di dunia yang kian mengglobal. Kehadiran televisi lokal di industri penyiaran membawa warna bagi industri pertelevisian Indonesia saat ini. Keberagaman televisi-televisi lokal di daerah menambah keberagaman bisnis televisi. Kebutuhan informasi yang diinginkan masyarakat kemudian dipenuhi oleh televisi lokal. Pemenuhan kebutuhan informasi yang bagi masyarakat menambah jumlah televisi lokal semakin bertambah banyak. Fakta menarik ketika jumlah stasiun televisi lokal bertambah banyak. Maka menjadikan tingkat persaingan semakin tinggi. Karena itu agar mampu bertahan

maka mereka harus mempunyai sesuatu yang bisa diandalkan dalam persaingan bisnis itu. Produk dari manajemen media berupa program acara dan pertunjukkan televisi (*programming*) merupakan hal yang diwujudkan oleh stasiun televisi dan dikonsumsi penonton televisi.

Pada kesempatan ini, penulis melaksanakan Kerja Praktik di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Media Hiburan dan Teknologi Informasi, yaitu Satelit TV.

1.2 Tujuan Kerja Praktik

Secara umum Praktek Kerja Lapangan bertujuan untuk memberi gambaran kepada Mahasiswa/i pada saat bekerja, baik itu disuatu perusahaan ataupun disuatu lembaga instansi. Sedangkan secara khususnya antara lain :

1. Menambah, memperluas dan memberikan gambar pengetahuan dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Mahasiswa dapat mengenali lingkungan dalam lingkup kerja dan dapat mengambil dan kerja praktik.
3. Meningkatkan ketrampilan dasar wawasan khususnya di bidang Broadcasting.
4. Melatih serta menguji sikap profesionalisme dalam dunia kerja.
5. Mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan dari instansi atau perusahaan yang tidak didapatkan selama perkuliahan .

1.3 Manfaat Kerja Praktik

Adapun Kegunaan-kegunaan Praktik Kerja Lapangan(PKL) antara lain :

1. Untuk Mahasiswa :

- a. Menambah wawasan pada Mahasiswa
- b. Megetahui dan mengaplikasikan teori – teori yang telah diterima selama di bangku perkuliahan dengan pelaksanaan di lapangan
- c. Mengembangkan kreatifitas dan pengetahuan dalam dunia pertelevisian dan Broadcasting.

2. Untuk Universitas :

1. a. Memperkenalkan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi Telkom Purwokerto sebagai salah satu Institut yang memiliki sumberdaya manusia unggul.

b. Sebagai alat ukur mahasiswa dalam memahami materi-materi kuliah dan menerapkannya.

3. Untuk Instansi :

a. Memperoleh tenaga yang dapat diperbantukan dan tidak menutup kemungkinan peserta Praktek Kerja Lapangan (PKL) diangkat sebagai karyawan jika dinilai memiliki prestasi, loyalitas dan disiplin kerja yang baik.

b. Memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

c. Menjalin Kerjasama antar perusahaan dengan institusi