

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia, komunikasi merupakan satu hal yang mendasar. Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh manusia adalah komunikasi massa. Dalam bukunya Theojunior (2013) komunikasi massa adalah berkomunikasi dengan massa (audiens atau khalayak sasaran). Massa disini dimaksud sebagai para penerima pesan (komunikasikan) yang memiliki status sosial dan ekonomi yang heterogen satu sama lainnya. Pada umumnya proses komunikasi massa tidak menghasilkan *feed back* (umpan balik) yang langsung tetapi tertunda dalam waktu yang relative. Ada beberapa istilah dalam buku Richard west dan Lynn H.Turner(2008) yang perlu di ketahui. Media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. Media massa dapat berupa surat kabar, video, CD-ROM, komputer, televisi, radio, dan sebagainya. Komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi tersebut.

Salah satu bentuk media baru dari komunikasi massa adalah televisi. televisi menjadi media komunikasi massa yang populer. Menurut adi badjuri(2010:39), televisi merupakan media pandang sekaligus media pendengar berupa audio visual, sehingga penonton tidak hanya melihat gambar yang ditayangkan televisi tetapi juga mendengar ataupun mencerna narasi dari gambar tersebut.

Pada dasarnya televisi sebagai alat atau media elektronik yang dipergunakan oleh pemilik atau pemanfaat untuk memperoleh sejumlah informasi, hiburan, Pendidikan, dan sebagainya. Menurut Elvinaro Ardianto (2007:125) mengemukakan bahwa televisi adalah salah satu media massa elektronik yang bersifat audio visual, direct dan dapat membentuk sikap. Televisi berasal dari kata tele dan vision, yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dari Bahasa Yunani dan dampak (vision) dari Bahasa latin. Jadi televisi berarti tampak atau

dapat melihat jarak jauh beragam tayangan mulai dari hiburan sampai ilmu pengetahuan ada dalam televisi, adanya beragam channel televisi membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan tayangan berkualitas.

Komunikasi bersifat luas, bahkan komunikasi yang terlibat dalam suatu proses komunikasi pun sifatnya luas. Sehingga efek atau dampak yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi sangat bermanfaat. Effendy(1993) menyatakan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan Informasi (*To Inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*To Educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukkan dalam bentuk berita dengan gambar atau artikel.

3. Menghibur (*To Entertain*)

Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*To Influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikasi melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasive (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikasi dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Dengan kelebihan gambar gerak dan suara, berita televisi, memberi nilai lebih tinggi sebagian orang, walaupun durasinya yang singkat. Informasi dengan gambar dan suara yang berbeda setiap hari menjadikan berita televisi tetap dicari.

Berita televisi merujuk pada praktik penyebaran informasi mengenai peristiwa terbaru melalui media televisi, yang berlangsung beberapa detik atau beberapa jam, dengan menyajikan perkembangan terbaru peristiwa-peristiwa lokal/regional maupun internasional. Stasiun televisi biasanya menyajikan program berita sebagai bagian dari acara berkalanya dan disiarkan setiap hari pada waktu-waktu tertentu. Terkadang acara televisi juga dapat diselipkan dengan berita sekilas untuk memberikan laporan terbaru mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi atau berita penting yang mendadak.

Dalam menyajikan sebuah program acara televisi, tidak akan berjalan baik apabila tidak terdapat sebuah tim produksi untuk menjalankan program tersebut, diantaranya terdapat *executive producer, producer, sutradara, scriptwriter, cameramen, soundman, artistic, lighting program director, floor director, creative, production assistant*.

Dalam pembahasan kali ini penulis akan menjelaskan tentang pentingnya peran seorang *scriptwriter* dalam sebuah program acara televisi. *Scriptwriter* adalah orang yang mempunyai keahlian dalam membuat film dalam bentuk tertulis atau pekerja kreatif yang mampu mengembangkan sebuah ide menjadi cerita tertulis yang selanjutnya di visualisasikan. *Scriptwriter* memiliki tugas penting yang harus dikerjakan. (Elizabeth Lutter, 2004)

1. Membangun cerita melalui jalan cerita yang baik dan logis
2. Menjabarkan ide / gagasan melalui jalan cerita dan Bahasa
3. Harus mampu menyampaikan maksud/ pesan tayangan audio visual tersebut
4. Membangun emosi melalui Bahasa dan kalimat pada sebuah adegan tanpa harus memvisualisasikan kekerasan yang tidak mendidik (film/sinetron)
5. Menyajikan cerita yang tidak habis saat selesai ditonton, namun harus berkesan di mata penonton atau membekaskan sesuatu yang berarti di dalam hati penontonya.

Disini penulis akan menjelaskan peran *scriptwriter* yang lebih difokuskan lagi yaitu, pada sebuah produksi program acara berita TV MNC Sport.

MNC Sport adalah stasiun televisi pertama di Indonesia yang khusus menyiarkan olahraga, baik yang ada di dalam negeri atau di luar negeri, baik itu bintang olahraganya atau mengenai olahraga itu sendiri, seperti pertandingan Indonesia Super League, UERO Cup, UFC, dan masih banyak yang lainnya. Untuk kelancaran tayangnya program ini terdapat beberapa peran penting dalam produksinya yaitu salah satunya *scriptwriter*.

Di dalam sebuah produksi acara berita TV khususnya pada program acara berita olahraga, peran *scriptwriter* sangat penting. Karena, *script* dan rundown yang telah dibuatnya sangat berpengaruh untuk program berita tersebut. Seorang host tidak akan berbicara dengan lancar di depan kamera tanpa adanya tulisan pada layar promter, yang ia jadikan acuan untuk membawakan acara / membacakan highlight beritanya. Baik atau buruknya suatu ucapan, enak atau tidaknya yang dibacakan oleh seorang host tergantung pada tulisan yang dibuat oleh seorang *scriptwriter* seperti apa, dimana tulisan tersebut akan ditayangkan pada layar promter.

Scriptwriter juga bertugas untuk menuliskan naskah yang akan direkam dan dibacakan oleh seorang VO untuk ditayangkan pada program berita tersebut, *Voice over* adalah teknik produksi dimana suara (bukan dari sebuah narasi) yang digunakan di radio, televisi, pembuatan film atau lainnya, yang dilakukan oleh seseorang yang profesional. *Voice over* atau pengisi suara di dalam berita televisi digunakan saat sedang menampilkan video sebuah kejadian dan disertai suara reporter yang berusaha menjelaskan tentang kejadian tersebut, dengan adanya suara reporter tersebut, maka berita tentang kejadian itu akan lebih jelas, seperti dimana kejadian tersebut atau kapan kejadian tersebut terjadi.

Seorang *scriptwriter* juga harus memikirkan bagaimana agar tulisannya tersebut mudah dibaca oleh VO yang membawakan berita, agar dapat terdengar enak di telinga audiens yang menonton program berita tersebut. Seorang *scriptwriter* juga harus memiliki kecerdasan dalam menyelaraskan *script* dengan video yang akan ditayangkan, dalam membuat *script* *scriptwriter* tidak dapat asal membuat *script* tanpa melihat video beritanya terlebih dahulu, karena jika *script* yang dibuat tidak sesuai fakta yang ada di dalam videonya

maka apa yang sudah dibacakan dan direkam oleh VO itu tidak dapat disatukan dan berita tersebut tidak akan ditayangkan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan pengamatan dengan judul “ Peran *Scriptwriter* dalam penulisan naskah program berita olahraga di MNC Sport “

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Dalam menjalankan Kuliah Kerja Praktek, penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman bekerja mengenai tanggung jawab seorang *scriptwriter*
2. Mempelajari pekerjaan dan tanggung jawab seorang *scriptwriter* di dunia kerja secara langsung
3. Untuk mengetahui cara kerja / mekanisme seorang *scriptwriter*
4. Mendalami peran seorang *scriptwriter* di MNC Sport

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Praktik

Manfaat dari Kuliah Kerja Praktek terbagi menjadi dua bagian, yaitu secara teoritis dan praktis.

1.3.1 Secara Teoritis

1. Sebagai sarana implementasi segala kemampuan dan penguasaan teknologi keterampilan penulis yang didapat dibangku perkuliahan untuk kemudian diterapkan didunia kerja sebenarnya.
2. Jika ditemukan kemampuan dan penguasaan baru dilapangan dan belum dipelajari oleh penulis, maka akan menjadi masukan untuk pengembangan profesi penulis dikemudian hari.

1.3.2 Secara Praktis

Secara praktis, laporan ini bermanfaat sebagai pengetahuan dan pengalaman untuk nantinya terjun ke dunia kerja yang nyata pada bidang penyiaran dan peran seorang asisten produksi pada umumnya.

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

1.4.1 Tempat

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktek di MNC Studio, Tower 2, lantai 5, Jl. Perjuangan No.9 10, RT. 11 / RW. 10 , Kb. Jeruk , Kec. Kebon jeruk , kota Jakarta barat , daerah khusus ibukota Jakarta 11530

1.4.2 Waktu Pelaksanaan

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktek selama 2 bulan, yang diterima oleh pihak MNC TV program Berita Olahraga pada tanggal 27 Juli 2019 sampai selesai pada tanggal 27 September 2019 dan jelas atas sepengetahuan oleh pihak Universitas serta pihak program Berita olahraga MNC Sport .