

PERAN TIM WARDROBE DALAM PRODUKSI PROGRAM ACARA OPERA VAN JAVA DI TRANS7

LAPORAN KULIAH KERJA PRAKTEK

Diajukan sebagai syarat untuk pemenuhan nilai mata kuliah

Kuliah Kerja Praktek Program Studi S1

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Esa Unggul

Oleh :

DEKA PURBA IRAWAN

N.I.M : 2007-58-022

Konsentrasi : Penyiaran



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA 2012**

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PENYIARAN**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG

Nama : Deka Purba Irawan
N.I.M. : 2007-58-022
Kosentrasi : Penyiaran
Judul : PERAN TIM WARDROBE DALAM PRODUKSI
PROGRAM ACARA OPERA VAN JAVA DI TRANS7

Jakarta, 20 Juli 2012

Ketua Bidang Konsentrasi,

Pembimbing Materi,

(Drs. Herry Kuswita, M.Si)

(Ikbal Rachmat, ST, MT.)

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PENYIARAN**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG
KULIAH KERJA PRAKTEK**

Telah Diuji di Jakarta, 1 Agustus 2012

Dinyatakan : (Lulus / Tidak Lulus)

Nama : Deka Purba Irawan

N.I.M. : 2007-58-022

Kosentrasi : Penyiaran

Judul : PERAN TIM WARDROBE DALAM PRODUKSI
PROGRAM ACARA OPERA VAN JAVA DI TRANS 7

Penguji 1,

Penguji 2,

(Ikkal Rachmat, ST, MT.)

(Defri Dahler, SE, MM.)

ABSTRAK

Nama / Nim : Deka Purba Irawan / 2007-58-022
Judul : Peran Tim Wardrobe Dalam Produksi Program Acara Opera Van Java Di Trans7
Jumlah Halaman : vii : 80 : 5 lampiran
Kata Kunci : Peran Wardrobe
Daftar Pustaka : 11 judul buku

Tujuan Laporan ini membahas apa yang penulis lakukan selama melakukan Praktik Kerja, yakni dari proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi program acara Opera Van Java di Trans7

Laporan Kuliah Kerja Praktek lapangan yang penulis ulas ini adalah untuk mengetahui peranan Wardrobe pada sebuah produksi program acara opera van java dan memaparkan tentang cara kerja dan peranan seorang wardrobe yang dilakukan pada pra, produksi dan pasca produksi. Dalam produksi program acara di televisi, wardrobe adalah seseorang yang bertugas memberikan ide kostum dan menuangkannya dalam bentuk-bentuk kostum untuk sebuah naskah yang berguna untuk memberi kemudahan dalam perencanaan produksi, penyuntingan, penyiaran, dan pemanfaatan program.

Contents of this report is based on the Job Training and observations made during a lecture the author of practical work as a wardrobe at TRANS7 for two months. Wardrobe is part of the art division, and the main task of wardrobe is fully responsible for the readiness and completeness of fashion / costume in every program that is produced in TRANS7. And involvement of the author on the daily program that specifically looked as Supporting Performance Wardrobe process daily program in TRANS7.

This report aims as an adjustment to the theory and practice are obtained as well as an attempt to complement the theory obtained and discussed at the University

KATA PENGANTAR

Puji-puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kita masih diberikan kesempatan untuk menjalankan aktifitas kita sehari-hari.

Laporan ini berisi tentang bagaimana peran tim wardrobe dalam program acara opera van java. Laporan Kuliah Kerja Praktek ini adalah salah satu syarat untuk mendapat gelar S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas EsaUngul. Pengembangan yang penulis lakukan merupakan penerapan ilmu komunikasi yang penulis peroleh dalam perkuliahan.

Dalam penulisan tugas ini, dengan segala kemampuan yang ada masih banyak terdapat kekurangan dan mungkin masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya mengarah kepada penyempurnaan laporan tugas akhir ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moril maupun materil.

Maka pada kesempurnaan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. My Lord and Savior Jesus Christ, menjadi Bapa yang sangat baik, tidak meninggalkan anakNya dalam keadaan apapun, selalu memberi kasih yang baru di setiap hari, saat berserah kepadaNya tidak ada hal yang mustahil. "I am His and He is mine"

2. Untuk mamaku tersayang mama Maria Hestina, yang terlebih dulu dipanggil Tuhan, bahkan saat mengetik ini deka ga sanggup menahan kesedihan, kesepian tanpa mama. Mama akan selalu ada di dalam hati deka selamanya.
3. Untuk Bapak Bariman Wiryo Sudarmo, yang telah banyak berkorban demi kuliah ini, Kakaku Ekarina Hestirawaty yang terus menerus mendukung kelancaran kuliah, Ellis, Tri, Naya yang selalu tanpa terkecuali memberi support.
4. Dr. Abdul Gofur, selaku Ketua Yayasan Kemala Mencerdaskan Bangsa, terima kasih telah diberi kesempatan berkuliah di Universitas yang sangat baik.
5. Dr. Ir. Arief Kusuma, AP, MBA selaku Rektor Universitas Esa Unggul
6. Indrawadi Tamin, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul sudah memberi lampu hijau untuk saling kenal kepada seorang Dekan dan Dekanad
7. A. Irsan Yusuf, terima kasih telah menyediakan waktu untuk segala curhatan saya, dan membagi hati sebagai pembimbing dan seorang teman yang baik.
8. Bapak Drs. Herry Kuswita, M.Si selaku Ketua Jurusan Broadcasting. Yang selalu ramah menyapa dan membantu banyak hal-hal yang dibutuhkan.
9. Bapak Iqbal Rahmat, ST, MT. Selaku pembimbing penulis yang telah memberikan materi bimbingan dengan penuh perhatian, kesabaran dan dorongan motivasi hingga dapat terselesaikannya Kuliah Kerja Praktek ini.

10. Untuk sahabat terdekatku tersayang Sebby Sofianita, seorang yang sangat berjasa di dalam hidup ini, terima kasih atas cinta, waktu dan pengertiannya selama ini, dan untuk sahabat-sahabatku Yoshua Moniaga, Alvin Salim, Evan Badak, Oki Aditya, Denny Soedjito, Eliza Purnomo, Kesthi, Indah, Jovan terima kasih atas doa-doa kalian, God bless you guys always.
11. Terimakasih untuk keluarga besar Trans 7 atas kesempatan dan ilmunya untuk penulis. Ibu Yustina Pramita selaku Produser serta pembimbing saat dilokasi shooting "Opera Van Java". Mas Parto Patrio, Mbak Dewi Gita Mas Andre Taulany, Akang Sule, Aziz Gagap, dan Mbak Nunung terimakasih ilmunya sebuah kehormatan bisa bertemu kalian. Kekeluargaan yang erat saat di lokasi shooting "Opera Van Java" hal terindah, semoga tetep kompak untuk produksi-produksi berikutnya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari penyusunan Laporan Kuliah Kerja Praktek ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak agar dapat lebih baik lagi. Semoga semua ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 20 Juli 2012

Deka Purba Irawan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan dan Penegasan Judul	4
1.3. Tujuan Praktek Kerja Lapangan	6
1.3.1. Tujuan Umum.....	6
1.3.2. Tujuan Khusus.....	6
1.4. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan.....	6
1.4.1. Teoritis	7
1.4.2. Praktis	7
1.5. Lokasi dan Waktu Praktik Kerja Lapangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Komunikasi	8
2.1.1. Definisi Komunikasi	8
2.1.2. Proses Komunikasi.....	9
2.1.3. Komunikasi Massa.....	10
2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi Massa.....	11
2.1.5. Fungsi Komunikasi Massa.....	12
2.2. Media Massa	13
2.2.1. Pengertian Media Massa.....	13
2.2.2. Jenis-jenis Media Massa.....	13
2.3. Televisi.....	14
2.3.1. Audio	14

2.3.2. Jenis-Jenis Format Audio	15
2.3.3. Visual	16
2.4. Fungsi Televisi.....	18
2.4.1. Dampak Acara Televisi.....	19
2.4.2. Karakteristik Televisi.....	20
2.5. Sejarah Perkembangan Televisi.....	20
2.5.1. Departemen-Departemen di Dalam Stasiun Televisi.....	22
2.6. Program Acara Televisi.....	22
2.6.1. Pengertian Program Televisi.....	23
2.6.2. Jenis Program Televisi.....	24
2.7. Proses Produksi Program Acara Televisi	28
2.7.1. Proses Pra Produksi Program Acara Televisi.....	28
2.7.2. Proses Produksi Program Acara Televisi.....	29
2.7.3. Proses Pasca Produksi Program Acara Televisi.....	31
2.8. Tim Kerja Produksi Program Acara Televisi.....	33
2.8.1. Hubungan Wardrobe dan Sutradara	37
2.8.2. Jenis-Jenis Kostum.....	37
2.8.3. Jenis Bahan-Bahan Make Up Karakter.....	38
2.8.4. Wardrobe Tools	39
2.9. Wardrobe.....	39
2.9.1. Definisi Wardrobe.....	39
2.9.2. Tugas Wardrobe	40
2.9.3. Syarat Wardrobe	40
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	41
3.1. Sejarah TRANS 7	41
3.1.1. Program Acara Trans 7.....	43
3.1.2. Visi Trans 7.....	44
3.1.3. Misi Trans 7.....	45
3.1.4. Logo dan Makna	45

3.1.5. Departemen Yang Terdapat di TRANS 7	48
3.1.6. Departemen Produksi	53
3.1.6.1. Departemen Produksi Tran 7	54
3.1.7. Sarana dan Prasarana	57
3.1.7.1. Sarana dan Prasarana Produksi Yang Ada Pada Trans7	57
3.1.8. Struktur Organisasi	62
3.1.8.1 Fasilitas Umum yang Terdapat di Trans 7	63
BAB IV PEMBAHASAN	64
4.1. Kajian Ilmu Komunikasi.....	64
4.2. Kajian Ilmu Broadcasting	67
4.3. Program Acara Opera Van Java	71
4.4. Wardrobe Pada Program Acara Opera Van Java	72
4.5. Hasil Dari Kuliah Kerja Praktik	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.1.1. Kajian Komunikasi	76
5.1.2. Kajian Ilmu Broadcasting	77
5.2. Saran.....	79
5.2.1. Untuk Perusahaan Trans 7	79
5.2.2. Untuk Universitas Esa Unggul	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata "televisi" merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai “alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan.” Penggunaan kata "Televisi" sendiri juga dapat merujuk kepada "kotak televisi", "acara televisi", ataupun "transmisi televisi". Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia 'televisi' secara tidak formal sering disebut dengan TV.

Kotak televisi pertama kali dijual secara komersial sejak tahun 1920-an, dan sejak saat itu televisi telah menjadi barang biasa di rumah, kantor bisnis, maupun institusi, khususnya sebagai sumber kebutuhan akan hiburan dan berita serta menjadi media periklanan. Sejak 1970-an, kemunculan kaset video, cakram laser, DVD dan kini cakram Blu-ray, juga menjadikan kotak televisi sebagai alat untuk untuk melihat materi siaran serta hasil rekaman. Dalam tahun-tahun

terakhir, siaran televisi telah dapat diakses melalui Internet, misalnya melalui iPlayer dan Hulu.

Walaupun terdapat bentuk televisi lain seperti televisi sirkuit tertutup, namun jenis televisi yang paling sering digunakan adalah televisi penyiaran, yang dibuat berdasarkan sistem penyiaran radio yang dikembangkan sekitar tahun 1920-an, menggunakan pemancar frekuensi radio berkekuatan tinggi untuk memancarkan gelombang televisi ke penerima gelombang televisi.

Penyiaran TV biasanya disebarkan melalui gelombang radio VHF dan UHF dalam jalur frekuensi yang ditetapkan antara 54-890 megahertz. Kini gelombang TV juga sudah memancarkan jenis suara stereo ataupun bunyi keliling di banyak negara. Hingga tahun 2000, siaran TV dipancarkan dalam bentuk gelombang analog, tetapi belakangan ini perusahaan siaran publik maupun swasta kini beralih ke teknologi penyiaran digital. Sebuah kotak televisi terdiri dari bermacam-macam sirkuit elektronik didalamnya, termasuk di antaranya sirkuit penerima dan penangkap gelombang penyiaran. Perangkat tampilan visual yang tidak memiliki perangkat penerima sinyal biasanya disebut sebagai monitor, bukannya televisi. Sebuah sistem televisi dapat dipakai dalam berbagai penggunaan teknologi seperti analog (PAL, NTSC, SECAM), digital (DVB, ATSC, ISDB dsb.) ataupun definisi tinggi (HDTV). Sistem televisi kini juga digunakan untuk pengamatan suatu peristiwa, pengontrolan proses industri, dan pengarahan senjata, terutama untuk tempat-tempat yang biasanya terlalu berbahaya untuk diobservasi secara langsung. Televisi amatir (*ham TV* atau *ATV*)

digunakan untuk kegiatan percobaan dan hiburan publik yang dijalankan oleh operator radio amatir. Stasiun TV amatir telah digunakan pada kawasan perkotaan sebelum kemunculan stasiun TV komersial. Televisi telah memainkan peran penting dalam sosialisasi abad 20 dan 21. Pada tahun 2010, iPlayer digunakan dalam aspek media sosial dalam bentuk layanan televisi internet, termasuk di antaranya adalah Facebook dan Twitter.

Tidak ada yang tidak melihat televisi. Kotak-kotak televisi itu, baik yang berukuran kecil sampai yang raksasa, telah menyelinap masuk kemana saja, tidak peduli apakah itu ruang pribadi, ruang keluarga, desa atau kota.

Masyarakat pada umumnya cenderung memilih televisi daripada media massa lainnya seperti radio, surat kabar, majalah dan lainnya. Hal ini dikarenakan televisi bersifat audio dan visual, yaitu selain mengeluarkan suara televisi juga memberikan gambar bergerak juga. Selain itu kelebihan televisi yang relative lebih murah di bandingkan dengan media cetak. Keunggulan inilah yang membuat masyarakat lebih memilih menggunakan televisi. Karena itu perusahaan televisi harus mampu menarik audience untuk selama mungkin menonton program acara yang disajikan oleh perusahaan penyiaran stasiun televisi.

Trans 7 merupakan salah satu perusahaan penyiaran di Indonesia yang memiliki banyak program acara yang menarik untuk audience nya. Trans 7 memberikan program-program hits dari *On The Spot*. Sedangkan untuk pemirsa anak-anak, Trans 7 menyajikan rangkaian program mendidik yang berhasil memenangkan berbagai penghargaan seperti *Si Bolang* dan *Laptop Si Unyil*. Trans 7 juga menyajikan program berita baik pagi, siang, dan malam yang selalu

hadir dalam berbagai informasi yang actual dan terkini. Masih banyak lagi program-program menarik yang ada di Trans 7.

Salah satu bagian yang berperan penting terhadap keunggulan program adalah kemampuan para tim Wardrobe. Mereka bertugas untuk menciptakan ide-ide kreatif dalam mendesain kostum untuk para bintang tamu atau selebirti sehingga menjadi sebuah kostum yang cocok dan berkualitas dan dapat menaikkan rating program acara tersebut.

Berkaitan dengan tim wardrobe ini, penulis mengambil judul berdasarkan latar belakang di atas sebagai lokasi magang dengan posisi magang sebagai Tim wardrobe dalam produksi program acara di Trans 7.

Sebagai mahasiswa yang menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL) penulis diberikan kesempatan menjadi salah satu tim Wardrobe dalam produksi di dalam berbagai program acara. Tugas yaitu bertanggung jawab akan pemilihan kostum yang akan dipergunakan untuk produksi, serta menghubungi *costume designer* yang merancang dan memastikan produksi kostum secara sementara maupun permanen untuk sebuah acara.

1.2 Batasan dan Penegasan Judul

1. Peran

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran. Soekanto (1990 : 268)

2. Wardrobe

Menurut Umbara (2001:143), Wardrobe dalam arti sebenarnya adalah lemari dinding tempat menyimpan pakaian. Dalam istilah televisi dan film istilah wardrobe langsung dikaitkan pada masalah pakaian atau kostum pemain itu sendiri, bukan tempat penyimpanannya.

3. Program Acara

Kata “program” itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya .

4. Opera Van Java

Opera Van Java (disingkat OVJ) adalah acara komedi di stasiun televisi Indonesia, Trans 7. Ide acaranya adalah pertunjukkan wayang orang versi modern.

5. Trans 7

Trans 7 adalah stasiun televisi yang menayangkan program acara Opera Van Java dengan format live atau taping yang mengudara di 49 UHF untuk wilayah Jakarta.

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktek

Tujuan Kuliah Kerja Praktek pada dasarnya dibagi menjadi dua bagian yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Berikut penjabarannya :

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dilakukannya Kuliah Kerja Praktek ini adalah untuk memenuhi mata kuliah Laporan Kuliah Kerja Praktek yang memiliki bobot 3 sks yang merupakan salah satu persyaratan kelulusan program S1 jurusan Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul. Mengaplikasikan ilmu yang sudah diperoleh di perkuliahan baik ilmu komunikasi, jurnalistik dan broadcasting dengan membandingkan antara teori yang diperoleh dengan prakteknya dilapangan guna mengembangkan keahlian, kreatifitas dan pengetahuan dalam pertelevisian.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dilakukannya Kuliah Kerja Praktek ini adalah untuk mengetahui peran tim wardrobe dalam produksi program acara televisi di Trans 7

1.4 Kegunaan Kuliah Kerja Praktek

Manfaat dalam Kuliah Kerja Praktek terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut penjabarannya:

1.4.1 Teoritis

Beberapa manfaat praktik secara teoritis adalah dapat menambah pengetahuan lebih luas tentang ilmu komunikasi secara terperinci, Menambah pengetahuan tentang tahapan proses produksi sebuah program acara dibuat baik dari tahap praproduksi hingga pascaproduksi, yaitu peran tim wardrobe dalam produksi program acara di Trans 7.

1.4.2 Praktis

Laporan ini bermanfaat bagi penulis sebagai pengalaman serta mengetahui bagaimana seorang *Broadcaster* bekerja. Dengan tujuan, bila memasuki dunia kerja sudah memiliki gambaran umum secara jelas dan mempunyai tanggung jawab di bidang *broadcasting* nantinya, yaitu peran tim wardrobe dalam produksi program-program acara di Trans 7.

1.5 Lokasi dan Waktu Kuliah Kerja Praktek

Pelaksanaan kuliah kerja praktek (KKP) dilakukan di PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7) Menara Bank Mega lantai 20 Jln. Kapten P Tendean Kav 12-14 A Jakarta 12790

Waktu pelaksanaan kuliah kerja praktek yang sudah di sepakati Trans 7 selama dua bulan terhitung dari tanggal 02 Oktober 2011 sampai 02 Desember 2011.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya dapat terjadi berbagai konteks kehidupan. Peristiwa komunikasi dapat berlangsung tidak saja dalam kehidupan manusia, tetapi juga kehidupan binatang, tumbuh-tumbuhan, dan makhluk hidup lainnya. Namun demikian, objek pengamatan dalam ilmu komunikasi difokuskan pada peristiwa-peristiwa komunikasi dalam konteks hubungan antar manusia atau komunikasi antar manusia.

Peristiwa-peristiwa komunikasi yang diamati dalam ilmu komunikasi juga sangat luas dan kompleks karena menyangkut berbagai aspek sosial, budaya, ekonomi, dan politik dari kehidupan manusia. Oleh karena itu, ilmu komunikasi merupakan salah satu cabang ilmu pengetahuan yang termasuk dalam kelompok ilmu-ilmu sosial (*social sciences*).

2.1.1 Definisi Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama makna*. Yaitu sama makna mengenai satu hal. Maka informasi yang disampaikan pada orang lain harus sama-sama dapat

dimengerti. Apabila tidak dimengerti maka komunikasi pun tidak terjadi. Percakapan berlangsung apabila hal yang dibahas dan bahasa yang dipergunakan pada pembahasan tersebut sama-sama dimengerti dan dipahami oleh kedua belah pihak. Jika tidak, percakapan tidak akan terjadi, ini berarti komunikasi tidak berlangsung.

Kemudian pendapat ahli Onong Uchjana (1992: 5), ia mendefinisikan komunikasi adalah : “Proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan, maupun tidak langsung melalui media”.

2.1.2 Proses Komunikasi

Ahli komunikasi Onong Uchjana Effendy (2002: 11) menjelaskan tentang proses komunikasi terbagi menjadi 2, yaitu sebagai berikut :

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu bentuk idea, informasi, atau opini ; baik mengenai hal yang kongkrit maupun yang abstrak ; bukan saja tentang dan masa yang akan datang.

Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat

atau sarana sebaagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan komunikasi.

2.1.3 Komunikasi Massa

Dalam buku Komunikasi Massa Sasa Djuarsa Sendjaja (1999:158). Defleur dan Dennis berpendapat dalam bukunya “*Understanding Mass Communication*” (1985), bahwa “komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk meyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara”. Penonjolan definisi ini terutama pada bagaimana sumber informasi (media massa) mengemas dan menyajikan isi pesan. Dengan cara dan gaya tertentu menciptakan makna terhadap suatu peristiwa, sehingga mempengaruhi khalayak.

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memperhatikan karakteristik komunikasi massa seperti yang diuraikan dalam buku “Ilmu Komunikasi” Onong Uchjana Effendy (2004:21) dibawah ini :

- 1) Komunikasi massa berlangsung satu arah
Berbeda dengan komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) yang berlangsung dua arah (*two-way traffic communcation*), komunikasi

massa berlangsung satu arah (*one-way communication*). Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikator.

- 2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga
Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Hal ini berbeda dengan komunikator lainnya, misalnya kiai atau dalang yang munculnya dalam suatu forum bertindak secara individual, atas nama dirinya sendiri, sehingga ia mempunyai lebih banyak kebebasan.
- 3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum
Pesan yang disebarakan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditunjukkan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditunjukkan kepada perseorangan atau sekelompok orang tertentu.
- 4) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan
Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarakan. Hal inilah yang merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.
- 5) Komunikasi bersifat heterogen
Khalayak atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen.

2.1.4 Unsur-unsur Komunikasi Massa

Menurut Drs. Elvinaro Ardianto M.Si dan Dra. Lukiati Kumala P. M.Si dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar (2004: 33). Dengan mengikuti Formula Laswell dapat dipahami bahwa dalam proses komunikasi massa terdapat 5 unsur yang disebut komponen atau unsur dalam proses komunikasi, yaitu :

1. Who (Siapa) : Komunikator, orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa, bisa perorangan atau mewakili suatu lembaga,

organisasi maupun instansi. Segala masalah yang bersangkutan dengan unsur “siapa” memerlukan analisis kontrol (control analysis) yaitu analisis yang merupakan subdivisi dari riset lapangan.

2. Says What (apa yang dilakukan) : pertanyaan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan, dan sikap, yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan.
3. In which channel (melalui saluran apa) : media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.
4. To Whom (kepada siapa) : komunikasi atau audience yang menjadi sasaran komunikasi. Kepada siapa pernyataan tersebut ditunjukkan, berkaitan dengan masalah penerimaan pesan. Dalam hal ini diperlukan adanya analisis khalayak.
5. With what effect (dengan efek apa) : hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu sasaran yang dituju. Berkaitan dengan efek ini diperlukan adanya analisis efek

2.1.5 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Harlord D. Laswell dalam buku Onong Uchjana Effendy (1984:27) pakar komunikasi yang terkenal yang namanya pernah disebut di muka, juga telah menampilkan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi itu. Dikatakannya bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukkan 3 fungsi :

- 1) Pengamatan terhadap lingkungan (the surveillance of the environment), penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.

- 2) Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menganggapi lingkungan (correlation of the components of society in making a response to the environment).
- 3) Penyebaran warisan sosial (transmission of the social inheritance). Disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun di sekolah, yang meneruskan warisan sosial kepada keturunan berikutnya.

2.2 Media Massa

2.2.1 Pengertian Media Massa

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara professional dan bertujuan mencari keuntungan (Mondry, M.Si, 2008:12).

2.2.2 Jenis-jenis Media Massa

Media massa pada masyarakat luas saat ini dapat dibedakan atas tiga kelompok, meliputi (Mondry, M.Si, 2008:12):

1. Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada di muka bumi. Media cetak berawalan dari media yang disebut dengan *Acta Diurna* dan *Acta Senatus* di kerajaan Romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johannes Guttenberg menemukan mesin cetak, hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar (Koran), tabloid, dan majalah.

2. Media Elektronik

Media Elektronik muncul karena perkembangan teknologi modern yang berhasil memadukan konsep media cetak, berupa penulisan naskah dengan suara (radio), bahkan kemudian dengan gambar, melalui layar televisi. Maka kemudian, yang disebut dengan media massa elektronik adalah radio dan televisi.

3. Media Online

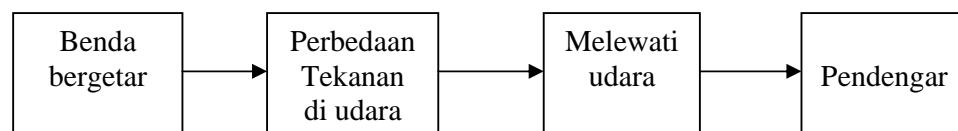
Media Online merupakan media yang menggunakan internet.

2.3 Televisi

Televisi adalah paduan dari radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*). Televisi terdiri dari istilah “*tele*” yang berarti jauh dan “*visi*” (*vision*) yang berarti penglihatan. Segi “jauh”nya diusahakan oleh prinsip radio dan segi “penglihatan”nya oleh gambar. Secara singkat, dapat didefinisikan bahwa televisi adalah suatu sistem komunikasi untuk menyalurkan gambar bergerak serta suara dalam jarak jauh. Televisi sebagai media komunikasi jarak jauh dengan penanyangan gambar dan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun elektromagnetik tanpa kawat. Berdasarkan pendapat diatas ditegaskan bahwa televisi merupakan media komunikasi jarak jauh yang menghantarkan suara dan gambar. Menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A. 1989 ; 361.

2.3.1 Audio

Audio dalam sistem komunikasi bercirikan video, sinyal elektrik digunakan untuk membawa unsur bunyi. Istilah ini juga biasa digunakan untuk menerangkan sistem-sistem yang berkaitan dengan proses perekaman dan transmisi yaitu sistem pengambilan/penangkapan suara, sambungan transmisi pembawa bunyi, amplifier dan lainnya.



Audio berhubungan erat dengan rasa “mendengar” , audio atau suara biasanya merambat melalui udara, audio atau suara tidak bisa merambat melalui ruang hampa.

2.3.2 Jenis-Jenis Format Audio

- **AAC (Advance Audio Coding) [.m4a]**
 - AAC bersifat lossy compression (data hasil kompresi tidak bisa dikembalikan lagi ke data sebelum dikompres secara sempurna karena setelah dikompres terdapat data-data yang hilang)
 - AAC merupakan audio codec yang menyempurnakan MP3 dalam hal medium dan high bit rates

- **Waveform Audio [WAV]**
 - WAV adalah format audio standar Microsoft dan IBM untuk PC
 - WAV biasanya menggunakan coding PCM (Pulse Code Modulation)
 - WAV adalah data tidak terkompres sehingga seluruh sampel audio disimpan semuanya di harddisk
 - WAV jarang sekali digunakan di internet karena ukurannya yang relative besar

- **Audio Interchange File Format [.AIF]**
 - Merupakan format standar macintosh
 - Software pendukung : Apple Quicktime

- **Audio CD [.cda]**
 - Format untuk mendengarkan audio cd
 - CD Audio stereo berkualitas sama dengan PCM/WAV

- **Mpeg Audio Layer 3**
 - Merupakan file dengan lossy compression
 - Sering digunakan di internet karena ukurannya yang cukup kecil dibandingkan ukuran audio file yang tidak terkompresi

➤ Distandarisasi tahun 1991

2.3.2 Visual

Visual berhubungan erat dengan mata atau penglihatan. Menurut beberapa ahli, visual juga merupakan salah satu bagian dari aktivitas belajar. Dimana aktivitas belajar itu sendiri terdiri dari : somatis (belajar dengan bergerak dan berbuat), auditori (belajar dengan berbicara dan mendengar), intelektual (belajar dengan memecahkan masalah dan merenung), dan visual (belajar dengan cara melihat, mengamati, dan menggambarkan). Keempat aktivitas belajar tersebut harus dikuasai supaya proses belajar dapat berlangsung secara optimal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), televisi :“Televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar objek yang bergerak dan disertai oleh bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan merubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk penyiaran, pertunjukan, berita, dan sebagainya.” Menurut Moeliono, 1998; 919.

“Televisi merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal dan dimensi dramatikal. Verbal berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah..” Menurut Sumadiria, (2005 ; 5)

Kini sedikitnya terdapat lima metode penyampaian program televisi yang telah dikembangkan :

- 1) *Over-the-air reception of network local station program*. Kualitas gambar yang masih kuno ditingkatkan dengan High Density Television (HDTV).
- 2) *Cable*. Program disampaikan melalui satelit ke sistem kabel lokal, kemudian didistribusikan ke rumah-rumah dengan kabel di bawah tanah atau dengan tambahan kabel, sistem *cable standard* dibakukan tahun 1990-an.
- 3) *Digital cable*. Ini bagian dari *information super highway*. Sistem kabel lokal dan telepon untuk pelanggan dalam jumlah besar, dahulu menggunakan kabel kuno sekarang diganti dengan kabel serat optik yang di tanam di bawah tanah tetapi memiliki kapasitas tinggi. Kabel serat optik ini dapat memuat 500 lebih saluran. Sistem ini memungkinkan terjadinya komunikasi televisi dua arah. Instalasi kabel serat optik ini termasuk program nasional yang memerlukan biaya yang sangat besar.
- 4) *Wireless cable*. Sejumlah sistem kabel menyampaikan program bagi pelanggan yang mengutamakan transmisi *microwave* (gelombang pendek) meskipun kabel ini di bawah tanah. Metode ini mengurangi biaya instalasi serat optik, tetapi memerlukan peralatan khusus dalam penerimaan program.
- 5) *Direct Broadcast Satellite (DBS)*. Program-program ditransmisikan oleh satelit langsung dengan menggunakan piringan yang berdiameter 18 inci ditaruh di atap rumah atau di Indonesia dikenal dengan istilah antena parabola. Metode ini merupakan terobosan dalam sistem televisi kabel, yang dimulai di Amerika Serikat sejak tahun 1994 Menurut Drs. Elvinaro Ardianto, M.Si dan Drs.Lukiati Erdinaya, M.Si (2005:125).

2.4 Fungsi Televisi

Selain Sejarahnya Televisi pun mempunyai beberapa fungsi seperti di kemukakan oleh Effendy (1993 : 24-27) dalam Bukunya Televisi siaran Teori dan Praktek Televisi mempunyai tiga fungsi sebagai berikut :

(1) Fungsi Penerangan

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana penerangan stasiun Televisi, selain menyiarkan informasi dalam bentuk siaran pandangan mata atau berita yang di bacakan penyiar, di lengkapi gambar-gambar yang sudah tentu factual, juga diskusi panel, kamera, komentar dan lain sebagainya ke semua realitas.

(2) Fungsi Pendidikan

Sebagai media komunikasi massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya. Begitu banyak acara silmultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, stasiun televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika, elektronik, dll.

(3) Fungsi Hiburan

Kebanyakan negara, terutama yang masyarakatnya bersifat agraris, fungsi hiburan yang melekat pada televisi siaran tampaknya dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti, oleh karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup

beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak mengerti bahasa asing.

2.4.1 Dampak Acara Televisi

Ada tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa, yaitu (Kuswandi, 1996 : 100) :

1. Dampak Kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa. Contoh : acara kuis di televisi.
2. Dampak Peniruan yaitu pemirsa dihadapkan kepada trendi aktual yang ditayangkan televisi. Contoh : Model Pakaian, model rambut dari bintang televisi yang kemudian digandrungi atau ditiru secara fisik.
3. Dampak Perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai social budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari. Contoh : Sinetron dokter sartika yang mengintemalisasikan kesehatan bagi masyarakat.

Oleh kerana itu, dalam merancang Program acara Televisi, hendaknya di perhatikan target Audien yang di tuju, sehingga jadwal penayangannya pun harus menyesuaikan jam-jam belajar atau waktu masa anak-anak tidur jangan sampai tayangan waktu orang dewasa di putar pada waktu anak masih belum tidur. Faktor orang tua memegang peranan penting dalam mendampingi putra putrinya dalam

menonton Televisi berdasarkan ketentuan batas waktu setiap tayangan program acara.

2.4.2 Karakteristik Televisi

Karakteristik dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (Kuswandi, 1996 : 108) :

1. Pesan media ini dapat sampai kepada pemirsanya tanpa memerlukan bimbingan atau petunjuk.
2. Pesan sampai memerlukan pemikiran.
3. Televisi tidak memberikan pemisahan bagi para pemirsanya, artinya siapa saja dapat menyaksikan siaran televisi.

2.5 Sejarah Perkembangan Televisi

NO	TAHUN	PENEMU	KETERANGAN
1	1876	George Carey	menciptakan selenium camera, yang memiliki gambaran supaya seseorang dapat melihat listrik.
2	1884	Paul Gottlieb Nipkow	mematenkan pertama kali elektromekanik sistem pada televisi yang bekerja dengan pemindaian disk
3	1897	Karl Ferdinand Braun	menciptakan CRT dengan layar yang dapat berpendar jika terkena sinar. Inilah awal dasar sejarah televisi layar berbasis tabung
4	1990	Constatin Perskyl	Sejarah penggunaan nama televisi malah baru pertama kali ditemukan pada tahun ini. tele(jauh) dan tampak (vision). yang jika

			digabung menjadi television.
5	1907	Boris Rosing dan Campbell Swinton	melakukan percobaan terpisah yang menggunakan sinar katoda untuk dapat mengirim gambar.
6	1925	John Logie Baird	menunjukkan transmisi dari gambar bayangan hitam bergerak di London. Dia juga yang menemukan sistem video recording untuk pertama kalinya.
7	1927	Philo T Farnsworth	Sejarah dalam pengembangan televisi modern gagasannya tentang image dissector yang menjadi dasar televisi.
8	1929	Vladimir Zworykin	menyempurnakan perkembangan tabung katoda dan kemudian menamakannya dengan kinescope. Temuannya sebenarnya hanya mengembangkan teknologi yang dimiliki CRT.
9	1940	Peter Goldmark	awal perkembangan televisi warna pertama. menciptakan televisi warna dengan resolusi mencapai 343 garis.
10	1956	Robert Adler dan Eugene Polley	menemukan remote televisi. Yang tujuan sebenarnya adalah untuk menghindari iklan.
11	1975	Larry Weber	merancang layar plasma berwarna.
12	1979	Walter Spear dan Peter Le Comber	membuat LCD dari bahan thin film transfer yang ringan.
13	1981	NHK TV Station	mendemonstrasikan sebuah sejarah baru yaitu teknologi HDTV.

14	1995	Larry Weber	Pada tahun ini dia berhasil menyelesaikan proyek layar plasmanya. Ia menciptakan layar plasma yang lebih stabil dan cemerlang.
15	2000 – saat ini	Pengembang Produk	LCD, Plasma bahkan CRT. Dan menyusul perkembangan sejarah dari televisi digital, diikuti LED TV, dan LED 3D TV.

2.5 Departemen-Departemen di Dalam Stasiun Televisi

1. Departemen Program
2. Departemen Teknik
3. Departemen Pemasaran
4. Departemen Keuangan
5. Departemen HRD/Legal
6. Departemen Produksi
7. Departemen Pemberitaan

2.6 Program Acara Televisi

Berbagai macam acara televisi selalu hadir dihadapan pemirsa yang mengetengahkan jenis musik, film, drama, maupun informasi khusus. Sadar atau tidak, setiap orang selalu penonton televisi mengetahui yang disebut program televisi. Kemajuan dan keberagaman acara televisi memang menjadi hal penting dinegara kita. Program acara televisi yang sudah ada harus dikembangkan secara

baik agar televisi yang kini hampir dimiliki oleh seluruh masyarakat Indonesia tidak hanya menjadi sarana hiburan, tapi juga sarana pendidikan dan penegakan moral.

2.6.1 Pengertian Program Televisi

Kata 'program' berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* (Morrisan, 2005; 97). Program acara televisi adalah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria umum, disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut, ada tiga bagian format acara televisi.

Menurut Straubhar, "program acara televisi adalah susunan acara yang sudah dirancang oleh stasiun televisi untuk diproduksi dan disiarkan. Program acara televisi bisa berbentuk hiburan dan juga berita".

Menurut Naratama (2004; 63), format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Karakter program dipengaruhi oleh sifat waktu, tempat dan suasana. Setiap program memiliki karakter waktu tersendiri yaitu penempatan atau pengalokasian waktu siaran. Ada waktu prima, subprima dan frekuensi waktu serta biaya. Tempat sebuah program dalam siaran dapat dilihat dari dua segi, yaitu dari sisi programatik dan sisi penonton atau sasaran program. Sisi pertama berkaitan dengan kesesuaian alokasi dalam jadwal siaran, sisi kedua berhubungan dengan

aspek geokultural sasaran program yang tersebar diseluruh negeri dengan tradisi yang berlainan.

2.6.2 Jenis Program televisi

Program siaran televisi di Indonesia pada umumnya diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Stasiun televisi dapat memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan televisi dapat meraih keuntungan dari produksinya. Di Indonesia kecenderungan televisi swasta sudah mengarah kepada sistem di Amerika. Hal itu ditandai dengan garapan-garapan sinetron, kuis dan beberapa acara hiburan lainnya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun televisi tersebut karena semuanya dapat dilakukan atas pertimbangan-pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.

Secara garis besar ada tiga format program acara televisi (Naratama, 2004; 65-66) yaitu :

1. Drama (fiksi)

Drama adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah fiksi yang direkayasa atau dikreasi ulang. Format yang digunakan merupakan interpretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu runtutan cerita dalam sebuah adegan. Adegan-adegan tersebut akan menggabungkan antara realitas kenyataan hidup dengan fiksi atau imajinasi khayalan para kreatornya. Contoh-contoh drama

yaitu : cinta, tragedy, aksi, komedi, horor, dan sebagainya. Adapun hiburan melengkapi yaitu :

a. Drama

Adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.

b. Sinetron

Merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan.

2. Non Drama (non fiksi)

Non drama adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasikan ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan. Non drama bukanlah sebuah runtutan cerita fiksi dari setiap pelakunya. Untuk itu, format-format acara non drama merupakan sebuah runtutan pertunjukan kreatif yang mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi dengan aksi, gaya, dan musik. Contoh-contoh non-drama yaitu: musik, *magazine*, *talk show*, *variety show*, kuis, dan sebagainya. Berikut penjabarannya :

a. Musik

Dapat ditampilkan dalam dua format yaitu, video klip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan dilapangan (*outdoor*) ataupun didalam studio (*indoor*).

b. Quiz

Merupakan bentuk program permainan yang paling sederhana dimana sejumlah peserta saling bersaing untuk menjawab sejumlah pertanyaan.

c. Ketangkasan

Peserta dalam permainan ini harus menunjukkan kemampuan fisik atau ketangkasannya untuk melewati suatu halangan atau rintangan atau melakukan suatu permainan yang membutuhkan perhitungan dan strategi. Permainan ini terkadang juga menguji pengetahuan umum peserta.

d. *Reality Show*

Adalah suatu bentuk penyajian acara hiburan yang menampilkan satu topik kehidupan nyata yang berada dekat dengan kehidupan masyarakat

3. Berita (news)

Berita adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari. Format ini memerlukan nilai-nilai actual dan factual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu dimana dibutuhkan sifat liputan yang independent. (Harahap, 2006; 4).

a. Berita Feature

Suatu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema, di ungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis, dan disajikan dengan berbagai format.

b. *Straight News*

Straight News adalah potongan berita-berita yang memiliki makna bagi perkembangan masyarakat dan berpengaruh pada beberapa bidang tertentu dalam kehidupan masyarakat yang dikumpulkan dan disusun kembali dengan tambahan narasi untuk menyegarkan, lalu disiarkan dalam bentuk berita berkala, misalnya diberi judul *lintasan peristiwa sepekan*. Seringkali tayangan ulang peristiwa sangat dinantikan audience yang pada saat peristiwa terjadi dan tayangan tidak sempat menonton. Padahal begitu pentingnya peristiwa tersebut

c. *Soft News*

Segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

- *Talk Show*

Suatu bentuk penyajian acara yang berisikan perbincangan menarik mengenai topik yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat luas.

- *Documentary*

Suatu bentuk penyajian acara yang mencakup segala peristiwa nyata atau yang benar-benar terjadi.

- *Magazines*

Suatu bentuk penyajian acara yang disampaikan secara naratif dengan pembahasan lebih dari satu topik, satu tema atau lebih.

Contoh-contoh berita, yaitu : *features*, berita olahraga dan program berita

2.7 Proses Produksi Program Acara Televisi

2.7.1 Proses Pra Produksi Program Acara Televisi

Proses ini adalah proses yang dilakukan sebelum produksi dilakukan. Karena dalam tahapan ini, semua keperluan atau segala sesuatu yang berkaitan langsung untuk produksi harus benar-benar dipersiapkan dan direncanakan.

Perencanaan dan persiapan program meliputi pembuatan konsep bersama tim kreatif atau persentasi program baru/ time table sebagai guide pelaksanaan program disemua lini terkait baik di internal maupun external produksi. Cakupan kegiatan praproduksi meliputi antara lain :

1. Penuangan ide (gagasan) ke dalam outline: outline adalah penuangan ide secara garis besar. Biasanya masih berupa naskah yang kasar.
2. Pembuatan *format/scenario/teaser*, *treatment*, *story board*, *script* : Format adalah bentuk cerita yang akan diproduksi. Format merupakan sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Skenario adalah hasil kerja tertulis yang menjadi bahan pembuatan suatu program acara, berisikan urutan-urutan kejadian yang sudah siap untuk diterjemahkan kedalam bentuk gambar dan suara yang bercerita.

Storyboard adalah sejumlah sketsa yang menggambarkan aksi di dalam program dan digunakan untuk mempermudah proses pengambilan gambar.

Teaser adalah adegan pertama dari keseluruhan cerita atau potongan gambar dari cerita, biasanya digunakan untuk memancing penonton untuk melihat keseluruhannya.

Treatment adalah presentasi detil ide dari cerita dalam sebuah program, namun belum berbentuk naskah.

Script adalah rencana rinci dari shooting sebagai tuntunan untuk menciptakan gambar yang dikehendaki.

3. *Program meeting* : Yakni rapat tim untuk membahas materi atau program
4. *Hunting* : Proses peninjauan lokasi shooting atau liputan untuk rencana stok gambar.
5. *Production Meeting* : Adalah rapat tim produksi untuk membahas proses produksi yang akan berlangsung dengan berbagai kebutuhannya.
6. *Technical Meeting* : Rapat teknis yang dilakukan tim produksi untuk persiapan produksi.

2.7.2 Proses Produksi Program Acara Televisi

Proses produksi adalah seluruh kegiatan peliputan (*shooting*) baik di studio, di lapangan, di studio maupun di lapangan. Proses liputan juga disebut

taping, yakni proses mengekspos film menggunakan kamera dan lensa terhadap sebuah objek. Ditahap produksi, semua hal yang telah disiapkan pada tahap pra produksi diperiksa dan disajikan sesuai rencana.

Ada beberapa hal yang menjadi titik central selama proses produksi (*shooting*) berlangsung, yang dapat mengatur irama kerja antara lain :

1. Kesenambungan (*Script Continuity*)

Umumnya, proses pengambilan gambar berbeda dengan alur skenario. Skenario memuat rangkaian adegan adegan yang diurut dengan nomer adegan. Proses shooting itu sendiri umumnya tidak berjalan sesuai dengan nomer adegan, melainkan berdasarkan lokasi. Adegan-adegan yang dilakukan dilokasi dikelompokan untuk kemudian di shoot dalam satu periode waktu.

2. *Mood Continuity*

Hal ini juga harus dijaga kesinambungannya selama proses *shooting* berlangsung, karena berhubungan dengan fisik dan mental pemeran, mulai sebelum dan pada saat shooting berlangsung. Kesenambungan kondisi fisik dan mental ini sangat penting demi mematuhi jadwal dan ketentuan yang telah disepakati. Kelancaran shooting hanya bisa berlangsung apabila semua kru dan pemeran patuh pada jadwal.

2.7.3 Proses Pasca Produksi Program Acara Televisi

Pasca produksi atau post production artinya akhir dari seluruh kegiatan, mulai dari peliputan (*shooting*) sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap siar atau putar kembali. Yang termasuk kegiatan pasca produksi antara lain :

1. *Editing* adalah proses penggabungan atau pemotongan semua potongan gambar yang telah dihasilkan sehingga membentuk urutan.
2. *Subtitling* adalah pengisian kata-kata yang muncul dibagian bawah sebuah gambar tepat pada saat sebuah dialog sedang diucapkan. Dapat berupa terjemahan ke bahasa lain maupun altern program acara akan berhenti sejenak karena adanya iklan komersil terhadap proses sulih suara.
3. *Titling* adalah pengisian judul program di awal program. Biasanya disertai opening toon berdurasi 30 detik hingga 2 menit sebagai identitas pembuka acara dan bumper sebagai identitas prantar acara. Bumper ini adalah penanda bahwa program acara di mulai kembali setelah iklan komersil, sedangkan bumper out merupakan penanda bahwa program acara akan berhenti sejenak karena adanya iklan komersil.
4. *Insert dubbing / voice over* adalah dubbing berupa perekaman suara manusia secara sinkron dengan gambar pada film, umumnya digunakan untuk memperbaiki perekam asli yang buruk, performa artistik yang tidak dapat diterima, atau kemungkinan salah dialognya. Sedangkan *voice over* adalah suara-suara di luar kamera, tetapi bisa juga berupa narasi atau penuturan seorang tokoh.

5. *Insert music / Sound Effect* adalah *element musik* dan efek suara dimasukkan untuk mempertegas sebuah adegan agar lebih kuat maknanya.

Efek suara adalah semua suara yang ditimbulkan oleh semua aksi dan reaksi dalam sebuah proses *shooting*. Sebelum penggabungan atau hasil cetak akhir dibuat, efek suara biasanya ditempatkan di track yang terpisah untuk dijadikan koleksi rekaman efek suara. Penempatan music dalam suatu program terbagi menjadi dua, yakni sebagai ilustrasi music (*music illustration*) dan theme song. Ilustrasi music adalah suara, baik dihasilkan melalui instrument music atau bukan, yang disertakan dalam suatu adegan guna memperkuat suasana. Di tahap pasca produksi, setelah semua dialog dan efek suara dilengkapi, seorang *illustrator musik* akan membantu editor meletakkan music pada adegan yang sesuai. Theme song bisa digunakan sebagai *opening toon*, yakni berupa lagu yang dimasukkan sebagai bagian dari identitas sebuah program, bisa berupa lagu yang ditulis khusus atau telah populer sebelumnya.

6. *Insert Credit Title* adalah pengisian urutan nama-nama tim produksi dan pendukung acara yang terlibat dalam pembuatan program. Biasanya dapat dilihat dari pada segmen akhir suatu program ditayangkan.
7. *Mixing*, dalam tahap pasca produksi, *mixing* merupakan pekerjaan mengkombinasikan sejumlah trek suara yang berbeda kedalam sebuah trek.
8. *Mastering* adalah proses final editing yang berisikan rekaman program acara yang siap tayang ataupun hanya disimpan dalam bentuk kaset video maupun *compact disk*.

2.8 Tim Kerja Produksi Program Acara Televisi

Sebuah program acara yang baik pasti ditangani oleh seorang sutradara yang baik, seorang kameramen yang baik dibantu oleh seorang pendorong *dolly* yang baik. Walaupun sebuah program banyak menampilkan “bintang atau artis” yang baik, tetapi apabila tidak didukung oleh kerabat kerja (crew) yang baik, tidak mungkin sebuah program akan berhasil baik. Kerabat kerja yang baik mutlak diperlukan dalam sebuah produksi program. Masing-masing kerabat kerja harus profesional dalam bidangnya dan mampu bertanggung jawab sungguh-sungguh pada tugasnya.

Untuk itu, sebuah organisasi produksi memerlukan pembagian tugas yang sangat rinci dengan tanggung jawab yang jelas. Siapa saja tim produksi dan apasaja tanggung jawabnya berikut uraiannya :

1. Executive producer

Lini teratas dibagian fungsional yang bertanggung jawab penuh terhadap program-program di bawahnya. Seorang EP harus mampu memimpin dan mengelola program maupun tim yang ada di bawahnya, bahkan harus terjun langsung pada saat kondisi darurat di mana Produser pelaksana program berhalangan saat *shooting* berlangsung.

2. Producer

Produser merupakan bagian fungsional yang langsung di bawah EP dan berkewajiban dalam program mulai dari *Pra production, Production, Post Production* sampai materi siap ditayangkan.

3. Assistant Producer

Apabila produser sibuk dan tidak memungkinkan mempersiapkan sendiri administrasi program maka asistent produksi akan membantu proses tersebut mulai *Pra production, Production, Post Production*.

4. Creative

Orang yang membantu produser yang bertugas menginterpretasikan naskah kedalam bentuk audio visual, pola pikirnya harus mengingat kepentingan khalayak dan sejalan dengan pemikiran produser. Seorang tim kreatif harus mampu bekerjasama dengan pihak lain, mendengarkan dan menerima pendapat oranglain yang mendukung proses produksi, serta menjadi pengambil keputusan yang tepat. Bertanggungjawab terhadap hasil kerjanya. Serang tim kreatif juga harus mampu mengarahkan artis, mampu mengarahkan kameraman, mampu mengarahkan tata cahaya, mengerti dan mengarahkan tata suara, mengarahkan dan mengerti tata artistic, mengarahkan kostum, makeup, set dekor, property. Peran tim kreatif sangat diperlukan karena adanya tim kreatif membantu kesinambungan antara bahasa tulisan yang diwujudkan dalam proses pemvisualisasian.

5. Administration / Budget Officer / Unit Manager

Bersama dengan produser mangestimasi *budget* untuk keperluan semua lini. Apabila disetujui unit manager bersama producer manage uang atau *outline* segmen

- Surat Perjalanan (SPJ)

Berhubung dengan *hunting location, meeting* dan segala yang berhubungan dengan pra produksi.

- Kasbon

Berkaitan dengan pembayaran uang muka, snack, *properties*, solar untuk ganset dan lain-lain yang dikeluarkan oleh tim.

- *Request For Payment*

Pembayaran honor *talent* yang dibuat sesuai dengan *request*.

6. Director (Pengarah Acara)

Bertugas menginterpretasikan naskah seorang produser, menjadi suatu bentuk dan susunan gambar maupun susunan suara dan menghasilkan *story board* juga menjadi eksekutor di lapangan.

7. *Floor Director*

Bertindak sebagai tangan kanan Director (pengarah acara) yang menyampaikan apa yang diinginkan sutradara kepada kerabat-kerabat kerja yang bertugas dan artis pendukung dalam bentuk tanda-tanda saat akan dimulai dan berakhirnya produksi suatu acara.

8. *Lighting Director*

Bertanggung jawab terhadap keberhasilan penataan cahaya distudio baik secara artistic maupun yang mampu menyentuh perasaan yang sesuai dengan tuntutan naskahnya.

9. Audioman (penata suara)

Seorang penata suara akan mengatur pertimbangan suara yang datang dari berbagai sumber, dengan jalan melakukan perekayasaan dalam penempatan mikropon dan sebagainya.

10. *Switcherman*

Switcher akan bertanggung jawab terhadap pergantian gambar baik atas permintaan sutradara atau sesuai dengan *shooting script* yang telah disusun sebelumnya.

11. *Cameramen*

Seorang kameramen merupakan tangan kanan seorang pengarah acara karena itu harus mempunyai hubungan batin yang kuat diantara mereka agar memudahkan, mencernakan dan menginterpretasikan rasa seni yang dimiliki seorang pengarah acara.

12. *Control Room Person*

Orang yang bertanggungjawab terhadap pengoperasian seluruh peralatan yang terdapat diruang kontrol seperti : CCU, VTR, CG, Vision Mixer, dan lain-lain

13. *Editor*

Orang yang bertanggungjawab terhadap pengoperasian mesin editing dalam proses pasca produksi. Seorang editor harus bisa membuat atau membantu dalam proses kreatifitas proses editing

2.8.1 Hubungan Kerja Antara Wardrobe dan Sutradara

Sutradara adalah orang yang mengontrol tindakan dan dialog di depan kamera dan bertanggung jawab untuk merealisasikan apa yang dimaksud oleh naskah dan produser. Seorang sutradara bekerja sama dengan semua tim di dalam sebuah produksi, tidak terkecuali tim wardrobe, di dalam pra produksi sutradara selalu mengambil waktu khusus dengan tim wardrobe guna menyampaikan keinginannya mengenai kostum dan make up untuk para pemain dan bintang tamu. Walau demikian seringkali sutradara kurang puas dengan hasil kostum yang telah dibuat, karena masih kurang cocok dengan karakter tertentu yang ia maksud. Dengan demikian tim wardrobe harus membuat kostum baru atau memodifikasi kostum yang sudah ada.

2.8.2 Jenis-Jenis Kostum

- 1) **Pakaian Sipil** digunakan di episode-episode dimana latar belakang waktu di zaman-zaman dewasa ini, tanpa menggunakan kostum-kostum khusus.
- 2) **Batik** terutama digunakan Opera Van Java oleh para sinden dengan kebaya bermotif batik dan sang dalang. Tidak tergantung oleh episode karena batik adalah kostum tetap untuk sinden dan dalang.
- 3) **Adat** kostum-kostum adat digunakan saat latar belakang waktu menunjukkan waktu tempo dahulu dan dimana letak lokasinya. Opera Van Java sering memakai kostum adat-adat Indonesia, Cina maupun bangsa barat.

- 4) **Horror** Kostum-kostum bertemakan horror seringkali digunakan Opera Van Java untuk episode yang akan ditayangkan hari Kamis, biasanya hanya menggunakan daster putih dan make up menyeramkan.

2.8.3 Jenis Bahan-Bahan Make Up Karakter

1. *Adhesive tape*

Pita perekat ± berukuran 3 cm gunanya untuk memudahkan bermacam-macam keperluan.

2. *Shadow*

Untuk memberikan bayangan.

3. *Eye brow pencil*

Untuk memberikan aksent-aksent.

4. *Tooth enamel*

Berbentuk cair gunanya untuk membuat gigi ompong atau membuat bentuk gigi bergerigi bisa diganti *eye liner* pencil.

5. *Nose Putty*

Alat berupa lilin lembut tidak berminyak untuk menambah hidung/dagu.

6. *Adhesive/spirit gum*

Perekat rambut untuk pembuat jenggot, jambang atau kumis.

7. *Crape Hair*

Rambut untuk membuat jenggot, jambang, kumis atau alis.

8. *Non-fleksible Callodion*

Alat untuk membuat bekas luka.

9. *Hair Whitener*

Untuk membuat uban/memutihkan rambut.

10. *Mary Quant Crayons*

Untuk membuat garis-garis watak.

2.8.4 Wardrobe Tools

1) Peniti

Alat penunjang yang sangat penting di saat kostum terlalu besar, terlalu panjang untuk pemain

2) *Adhesive tape*

Pita perekat ± berukuran 3 cm gunanya untuk memudahkan bermacam-macam keperluan.

3) *Hanger*

Alat untuk menggantung kostum agar tersusun rapi dan siap untuk digunakan

4) Pernak-Pernik

Alat-alat tambahan untuk membuat kostum lebih menarik untuk dilihat.

2.9 Wardrobe

2.9.1 Definisi Wardrobe

Pengertian sebenarnya dari wardrobe adalah almari penyimpanan pakaian, tetapi jika berhubungan dengan televisi, wardrobe diartikan sebagai tim yang mengurus segala pakaian atau kostum yang akan dipakai untuk sebuah program acara di televisi.

2.9.2 Tugas Wardrobe

Bertanggung jawab atas pemilihan kostum yang akan dipergunakan untuk produksi, serta yang merancang dan memastikan produksi kostum secara sementara maupun permanen untuk sebuah program acara. Wardrobe bukan hanya menyiapkan namun juga memastikan segala hal menyangkut busana/kostum baik kerapihan sampai kerusakan diperhatikan agar tidak ada penggantian secara besar kepada pihak sponsor/vendor terkait.

2.9.3 Syarat Wardrobe

1. Mempunyai skill yang baik mendesain dan memodifikasi kostum.
2. Dapat berkerja di dalam tim
3. Mengerti fashion dari jaman ke jaman.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah TRANS 7

TRANS7 yang semula bernama TV7 berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000. Pada 22 Maret 2000, keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Dengan kerjasama strategis antara Para Group dan KKG, TV7 melakukan re-launching pada 15 Desember 2006 sebagai TRANS7 dan menetapkan tanggal tersebut sebagai hari lahirnya TRANS7.

Di bawah naungan PT Trans Corporation yang merupakan bagian dari manajemen Para Group, TRANS7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program in-house productions yang bersifat informatif, kreatif. Logo TRANS7 membentuk empat sisi persegi panjang yang merefleksikan ketegasan, karakter yang kuat, serta kepribadian bersahaja yang akrab dan mudah beradaptasi. Birunya yang hangat tetapi bersinar kuat melambangkan keindahan batu safir yang tak lekang oleh waktu, serta menempatkannya pada posisi terhormat di antara batu-batu berlian lainnya. Perpaduan nama yang apik dan mudah diingat, diharapkan membawa TRANS7 ke tengah masyarakat Indonesia dan pemirsa setianya.

TRANS7 berkomitmen untuk menyajikan yang terbaik bagi pemirsanya, dengan menyajikan program informasi seperti Redaksi yang hadir setiap pagi, siang, sore, dan malam yang dikemas secara apik dan dinamis, update dan informatif. TRANS7 juga menghadirkan program berita dan dokumenter lainnya seperti Selamat Pagi, TKP, Asal Usul, dan Jejak Petualang yang memberikan wawasan unik dan berbeda bagi pemirsa. Tidak kalah informatif, program hiburan seperti I-Gossip Pagi, I-Gossip Siang, dan I-Gossip News, dan Wara Wiri, semakin lengkap menambah cakrawala di ruang keluarga.

Program variety show seperti Full Color dan Komedi Lawak (Kolak) juga selalu dinantikan. TRANS7 juga pernah hadir dengan Empat Mata yang pernah menjadi program fenomenal di Indonesia. Kini Tukul dan Vega 'Ngatini' hadir kembali di TRANS7 lewat program bukan empat mata. Program sport TRANS7 juga selalu dinantikan oleh para pecinta olahraga. Para pecinta otomotif, MotoGP dan Superbike mengajak Anda untuk memacu adrenalin di lintasan balap kelas dunia. TRANS7 juga menyajikan tayangan informasi olahraga setiap hari di layar pemirsa, di antaranya Sport7, One Stop Football, dan Galeri Sepakbola Indonesia. TRANS7 juga tidak melupakan pemirsa cilik dengan memberikan pengetahuan dan hiburan bagi mereka. Bocah Petualang dan Si Bolang Jalan-jalan menghadirkan keunikan kehidupan anak-anak di seluruh penjuru Indonesia. Laptop Si Unyil dan Buku Harian Si Unyil memberikan ilmu pengetahuan yang mendasar bagi para pemirsa cilik. Jalan Sesama yang merupakan adaptasi dari Sesame Street juga dipercayakan untuk ditayangkan di TRANS7. Melalui Cita-

citaku, TRANS7 berusaha menghadirkan keseharian profesi yang dicita-citakan anak-anak

Dilengkapi dengan sajian film-film berkualitas, Theater7 hadir pada momen-momen spesial, mengisi layar kaca anda. Serial-serial unggulan juga kerap kami hadirkan seperti Smalville, Supernatural, dan Heroes. Jangan lupa pula program-program musik yang menyuguhkan persembahan para pemusik Indonesia lewat sajian Musik Spesial, 60 Minutes dan On The Spot.

3.1.1 Program Acara Trans 7

1) Program Berita

- a) Redaksi Siang
- b) Redaksi Malam
- c) Redaksi Pagi
- d) Redaksi Sore
- e) Redaksi Siang Akhir Pekan
- f) Redaksi Kontroversial

2) Program Olah Raga

- a) Galeri Sepak Bola Indonesia
- b) Sport7
- c) Sport7 Malam
- d) One Stop Football
- e) MotoGP

3) Program Unggulan

- a) Opera Van Java
- b) Bukan Empat Mata
- c) Hitam Putih
- d) Moto GP
- e) Wara Wiri

Gambar 3.1
Logo Program Berita Redaksi Siang



Gambar 3.2
Logo Program Olahraga One Stop Football



Gambar 3.3
Logo Program Unggulan Opera Van Java



3.1.2 Visi Trans7

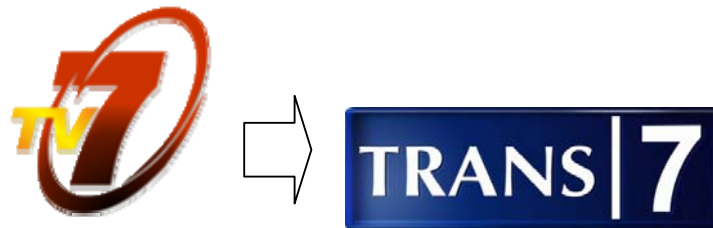
Dalam jangka panjang, Trans7 menjadi stasiun televise terbaik di Indonesia dan di ASEAN. Selain itu Trans7 juga berkomitmen selalu memberikan

yang terbaik bagi stakeholders dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima stakeholders.

3.1.3 Misi Trans7

Trans7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Trans7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

3.1.4 Logo dan Makna



Transformasi Perubahan Logo TV7 menjadi TRANS7

(sumber : <http://id.wikipedia.org/wiki/Trans7>)

- 1) Membentuk empat sisi persegi panjang yang merefleksikan ketegasan, karakter yang kuat, serta kepribadian bersahaja dan mudah beradaptasi.
- 2) Warna birunya yang hangat tetapi bersinar kuat melambangkan keindahan batu safir yang tak lekang oleh waktu serta menempatkannya pada posisi terhormat di antara batu-batu berlian lainnya.

- 3) Perpaduan nama yang baik dan mudah diingat, diharapkan membawa TRANS7 ke tengah masyarakat Indonesia dan pemirsa setianya.

Tabel 3.1

STASIUN RELAY TRANSMISI TRANS7

No	Stasiun Relay	Kanal	Jangkauan
1	Jakarta	49 UHF	DKI Jakarta, Tangerang, Bekasi, Depok, Bogor, Karawang, Serang, Pandeglang, Cilegon dan Cikampek.
2	Bandung	44 UHF	Bandung, Cimahi, Serang, Padalarang, Banjaran dan Cianjur.
3	Medan	41 UHF	Medan, Langkat, Binjai, Tebing Tinggi, Pangkalan Brandan dan Besitang.
4	Semarang	41 UHF	Semarang, Ungaran, Purwodadi, Demak, Kudus, Jepara, Pati, Rembang, dan Temanggung.
5	Surabaya	56 UHF	Surabaya, Gresik, Sidoarjo, Pasuruan, Bangkalan, Sampang, Probolinggo, dan Jombang.
6	Yogyakarta	46 UHF	Yogyakarta, Solo, Sleman, Sukoharjo,

			Karanganyar, Klaten, dan Bantul.
7	Makassar	41 UHF	Kodya Makasar, Bonto – Bonto, Malino, Takalar, dan Gowa.
8	Pekanbaru	36 UHF	Pekanbaru, Bangkinang, Balapungul, dan Sungai Ampit.
9	Jambi	36 UHF	Kodya Jambi
10	Palembang	22 UHF	Kodya Palembang, Kayu Agung, Tanjung Lubuk, Prabumulih, Lubuk Linggau, Musi Banyuasin, Muara Enim, dan Batu Raja.
11	Bali	45 UHF	Bali, Denpasar, Tabanan, Bangli, Gianyar, Nusa Penida, Klungkung, Negara, Banyuangi, dan Lombok Barat.
12	Manado	32 UHF	Kodya Manado.
13	Pontianak	31 UHF	Pontianak, Mempawah sungai Raya, Teluk Padai, dan Pahauman.
14	Banjarmasin	22 UHF	Banjarmasin, Maartapura, Banjarbatu, Marahaban, dan Pleihari.
15	Samarinda	49 UHF	Samarinda, Tenggarong, Anggana dan Murabadak.
16	Padang	23 UHF	Padang Pariaman, Tabing, Teluk Banyur, dan Indarung.
17	Bandar Lampung	22 UHF	Kodya Bandar Lampung, Kecamatan Natar, Kecamatan Tanjung Bintang, Kecamatan

			Kibang, Kecamatan Sekampung, Kecamatan Batanghari, Kecamatan Metro, dan Kecamatan Rejo.
18	Jayapura	22 UHF	Kodya Jayapura.

3.1.5 Departemen Yang Terdapat di TRANS7

Struktur organisasi sebuah perusahaan TV memiliki departemen-departemen yang membantu jalannya produksi stasiun televisi tersebut. Begitu pun Trans7 ada departemen-departemen yang akan mempengaruhi Trans7 dalam membangun dan mengembangkan stasiun Trans7 menjadi Stasiun Televisi Indonesia yang mempunyai kualitas baik di mata pemirsa di seluruh Indonesia.

Stasiun televisi Trans7 mempunyai beberapa departemen dan beberapa bagian divisi yang masing-masing telah mempunyai tugas dan peran masing-masing untuk menjalankan tugasnya. Setiap tim harus bisa bekerjasama dengan baik, karena setiap departemen diharapkan dapat memberikan sesuatu yang terbaik untuk kesuksesan Trans7. Adapun departemen-departemen yang terdapat di Trans7, sebagai berikut :

1. *Research & Development*, untuk merancang *Business development* serta merancang *brand* (segmentasi) dan *image*
 - a. *Market Survey, audience profile* :
 - 1) *Sosial Economic Status (Economic Class)*
 - 2) *Sex* (ini cukup penting dilihat dari kacamata pemasang iklan)

- 3) *Age* (ini juga penting dari kaca mata pemasang iklan)
 - 4) *Education* (paling belakang karena kadang meski berpendidikan tinggi tetapi *Social-Economy Status (SES)* tinggi dan kurang dipandang penting oleh pemasang iklan).
- b. *Market Survey*, kecenderungan perilaku audience (*audience tendency*) terhadap program-program TV
 - c. *Major Audience Mapping*, tiap-tiap jam bisa memiliki *audience profile* tertentu yang menonjol. Menentukan *Station Identity*.
 - d. Memberi rekomendasi dalam merancang programming untuk tiap-tiap jam yang berbeda berdasarkan hari, seperti, hari kerja, Sabtu dan Minggu.
 - e. Memberi rekomendasi untuk pembentuk perilaku penonton (*audience tendency*).
 - f. *Mendukung departemen* lain, misalnya *promotion Departement*, bagaimana merancang *promotion strategy* untuk membentuk *brend image* atau *awareness* di benak *audience*.
2. *Programming*, merancang *programming strategy*
- a. Menciptakan program yang bisa memiliki *multiplier effect*, seperti *reality* program.
 - b. Bekerja sama dengan *Production Departement* untuk merancang program.
 - c. Menentukan dan merencanakan program yang harus dibeli dari pihak luar.

- d. Membangun kerjasama atau *networking* dengan pihak luar dalam hal *programming*.
 - e. Merancang *budget* untuk membeli dan memproduksi program
 - f. Bersama dengan R&D mengevaluasi *programming* setiap bulan sekali atau setiap periode waktu yang ditentukan.
 - g. Mengantisipasi setiap perubahan situasi rating dari setiap stasiun TV yang ada.
 - h. Bekerjasama dengan *Promotion Departement* dan *Marketing Departement* untuk program yang akan datang.
3. *Promotion*, untuk memperoleh rating juga untuk membangun *brand image* dan *awareness*
- a. Merancang *off-air event*
 - b. Memikat *target audience* yang sudah ditentukan
 - c. Membangun *brand image* dan *awareness*
 - d. Mempertahankan *brand awareness* dengan melakukan kegiatan sosial, misalnya sebagai fasilitator untuk bantuan kemanusiaan pada saat terjadi bencana.
 - e. Merancang *promotion tools*, seperti *souvenir*, *sticker*, *T-shirt*, topi, pen, payung dan lain-lain.
 - f. Bekerjasama dengan *programming Departement* merancang *on-air promotion*.

- g. Program *Promotion*, mengingatkan atau menginformasikan tentang program yang sudah ada atau yang akan ditayangkan. Perancangan promosi atau target *audience* tertentu, misalnya berdasarkan usia atau *audience* dari masyarakat tertentu.
- h. Merancang promosi melalui semua media yang ada yaitu cetak dan elektronik.
- i. Bekerja sama dengan *Marketing Departement* membangun hubungan (*relationship*) dengan memasang iklan melalui agency atau langsung ke pengiklan (*advertiser*).
- j. Melakukan pekerjaan *Public Relations* (jadi PR di bawah *Promotion Departement*).
- k. Merancang strategi *Public Relations*.
- l. Mengumpulkan dan mengola informasi atau profil perusahaan serta menerapkannya seperti :
 - 1) *Vision*
 - 2) *Mision*
 - ”*Short and long term business development and plan*”
 - 3) Membuat *company profiles* dalam berbagai format
 - 4) Melakukan Publikasi
- m. *Reguler* : Membuat dan mengelola *company website*
- n. Mengelola *newsletter, in-house magazine*

- o. *Irreguler* : menulis artikel atau *press release*
- p. Mendorong pihak lain atau penulis lain untuk menulis artikel atau membuat exposure tertentu yang bisa ikut mendorong *business development*
- q. *Company analysis* atau *SWOT analysis*
- r. Menjadi juru bicara untuk media dan pihak lain (*media relations and spokes person*)

4. *Marketing*, membuat strategi untuk mendapatkan *revenue* secara maksimal meskipun prolehan rating-nya rendah.

- a. Merancang *Comprehensive Brochure* yang berisi mengenai *company profile* dan *programming strategy* hingga beberapa tahun kedepan juga ada gambaran mengenai *audience profile* dan perolehan rating *projection-nya*.
- b. Merancang paket iklan berdasarkan
 - 1) *Social Economic Status*
 - 2) *Age*
 - 3) *Sex*
 - 4) *Education*Gabungan dari beberapa atau semua *audience profile category* di atas.
- c. Merancang paket iklan berdasarkan waktu tayang
- d. Merancang paket iklan berdasarkan *programming type*

- e. Merancang marketing strategi untuk mendapatkan pemasang iklan pada program-program yang memiliki rating rendah.
 - f. Menentukan pemasang iklan potensial dan mempersuasi untuk beriklan
 - g. Membangun relationship dengan pemasang iklan : *agency* dan *advertiser*
- Semua pekerjaan diatas tidak ada artinya jika tanpa manajemen atau *administrative support*, seperti *Traffic Section* untuk mengelola penayangan iklan. Semua pekerjaan tersebut harus ada sistem untuk mengevaluasi dan mempertahankannya. Sebuah stasiun TV dengan *programming* yang baik saja belum cukup tanpa didukung oleh *technical support* yang baik pula. Tidak mungkin sebuah program yang baik akan ditonton jika terus menerus ada gangguan dalam siarannya, baik itu gambar atau suaranya. Begitu juga ketepatan waktu dalam setiap tayangan, pergantian dari satu program ke program lain. Jeda lebih dari dua titik dan akan terasa amat lama dimata penonton yang bisa berakibat pindahannya penonton yang bisa berakibat pindahannya penonton ke *channel* lainnya.

3.1.6 Departemen Produksi

Pengertian Produksi : Sebuah wadah yang bertanggung jawab mulai dari persiapan, pelaksanaan sampai materi siap ditayangkan termasuk kemungkinan yang terjadi terhadap program acara tersebut.

3.1.6.1 Departemen Produksi Trans7

Departemen produksi Trans7 dikelola oleh karyawan yang secara fungsional terdiri dari :

1. *Executive Producer* (EP)

Lini teratas dibagian fungsional yang bertanggung jawab penuh terhadap program-program di bawahnya. Seorang EP harus mampu memimpin dan mengelola program maupun tim yang ada di bawahnya, bahkan harus terjun langsung pada saat kondisi darurat di mana Produser pelaksana program berhalangan saat *shooting* berlangsung.

2. *Producer*

Produser merupakan bagian fungsional yang langsung di bawah EP dan berkewajiban dalam program mulai dari *Pra production, Production, Post Production* sampai materi siap ditayangkan.

3. *Production Asistant*

Apabila produser sibuk dan tidak memungkinkan mempersiapkan sendiri administrasi program maka *Production Assistant* akan membantu proses tersebut.

4. *Scriptwriter*

Terkait dari awal proses mulai dari pembuatan proposal program jika distujui, dijadikan naskah (*script*) dilanjutkan dengan pembuatan *rundown* sebagai acuan *shooting*. *Rundown* terdiri dari segmen-segmen, durasi.

Commercial break, *scriptwriter* juga menyiapkan *cue card* yang merupakan panduan potongan atau *outline* segmen.

5. *Administration / Budget Officer / Unit Manager*

Bersama dengan produser mangestimasi *budget* untuk keperluan semua lini. Apabila disetujui unit manager bersama producer manage uang atau *outline* segmen.

a. Surat Perjalanan (SPJ)

Berhubung dengan *hunting location*, *meeting* dan segala yang berhubungan dengan pra produksi

b. Kasbon

Berkaitan dengan pembayaran uang muka, snack, *properties*, solar untuk ganset dan lain-lain yang dikeluarkan oleh tim

c. *Request For Payment*

Pembayaran honor *talent* yang dibuat sesuai dengan *request*

6. Sutradara (Pengarang Acara)

Bertugas menginterpretasikan naskah seorang produser, menjadi suatu bentuk dan susunan gambar maupun susunan suara dan menghasilkan *story board* juga menjadi eksekutor di lapangan.

7. *Floor Director*

Bertindak sebagai tangan kanan sutradara (pengarah acara) yang menyampaikan apa yang diinginkan sutradara kepada kerabat-kerabat

kerja yang bertugas dan artis pendukung dalam bentuk tanda-tanda saat akan dimulai dan berakhirnya produksi suatu acara.

8. *Lighting Director*

Bertanggung jawab terhadap keberhasilan penataan cahaya distudio baik secara artistic maupun yang mampu menyentuh perasaan yang sesuai dengan tuntutan naskahnya.

9. Audioman (Penata suara)

Seorang penata suara akan mengatur pertimbangan suara yang datang dari berbagai sumber, dengan jalan melakukan perekayasaan dalam penempatan mikropon dan sebagainya.

10. *Switcherman*

Switcher akan bertanggung jawab terhadap pergantian gambar baik atas permintaan sutradara atau sesuai dengan *shooting script* yang telah disusun sebelumnya,

11. *Cameramen*

Seorang kameramen merupakan tangan kanan seorang pengarah acara karena itu harus mempunyai hubungan batin yang kuat diantara mereka agar memudahkan, mencernakan dan menginterpretasikan rasa seni yang dimiliki seorang pengarah acara.

3.1.7 Sarana dan Prasarana

3.1.7.1 Sarana dan Prasarana Produksi Yang ada Pada Trans7

(1) Multicamera

Pada saat produksi digunakan beberapa peralatan yang dipakai untuk program-program acara, terutama kamera yang jumlahnya lebih dari satu, selain itu peralatan lain yang digunakan adalah :

(a) Jimmy Jib

Digunakan sebagai alat bantu pada kamera untuk member objek gambar dari keseluruhan komponen gambar dilokasi produksi tersebut.

(b) Tripod

Tripod digunakan untuk menstabilkan posisi objeknya agar fokus, dan untuk menghindari gambar goyang atau bergerak.

(2) OB Van atau TV – Car

Merupakan sarana yang amat penting untuk peliputan maupun produksi yang bersifat live namun diluar studio.

(3) Peralatan Audio Control

(a) VTR

Adalah video tape recorder yang digunakan sebagai media perekam kerja stasiun dalam menggarap suatu program acara televisi.

(b) CCU

Adalah camera control unit merupakan faktor pendukung yang amat penting bagi kesempurnaan penggarapan produksi program siaran televisi yang berfungsi untuk melihat setiap gambar yang kedua dari kamera.

(c) SWITCHER

Adalah kamar kendali (control unit) yang terdiri dari beberapa master untuk mengoperasikan gambar yang muncul dilayar televisi pemirsa.

(d) TELECINE

Berfungsi sebagai:

- (1) Alat untuk memutar film pelengkap siaran berita, film seri, feature, iklan, dll.
- (2) Alat penyaji gambar diam (still picture), seperti slide iklan pengambilan di kota Bandung dan Surabaya, serta beberapa kota kecil lainnya di Kalimantan, Jawa Timur, dsb.
- (3) Telop yakni singkatan dari Television Opaque Projector, sebuah proyektor untuk menampilkan title seperti judul acara, nama artis, beserta para kerabat kerja yang bertugas dari sebuah program acara tersebut.

(4) Master Control dan Sub Control

Merupakan kendali yang biasanya terletak lebih tinggi dari stage / panggung secara berdampingan dan menghadap ke arah stage, dengan beberapa monitor (preview, monitor, line monitor), untuk mengoperasikan semua peralatan ketika acara tengah digarap / on air, maka semua kerabat kerja wajib tunduk atau mengikuti peraturan pengarah acara sebagai komandan.

(5) Sound sytem (mixer) dan Micropone

Ini merupakan keutamaan dalam produksi untuk mendapatkan hasil yang bagus melalui perpaduan antara suara yang masuk dan suara yang keluar agar menghasilkan produksi yang baik.

(6) Production Control Room

Ruangan yang berfungsi untuk melancarkan jalannya aktifitas dalam memproduksi dan menyiarkan informasi audio atau informasi audio visual gerak atau statis dalam bentuk film, kaset audio dan kaset audio visual.

(7) TX atau Pemancar

Transmisi artinya penggunaan proses mengirimkan gambar dan suara untuk menghasilkan siaran televisi.

(8) Ruang Make Up

Merupakan ruang rias wajah dan rias rambut bagi mereka yang tampil didepan kamera sebagai aspek yang penting untuk mendukung peranan penampilan dipanggung.

(9) Studio Utama (Main Studio)

Merupakan suatu tempat yang digunakan untuk acara tertentu yang dianggap perlu.

(10) Lighting

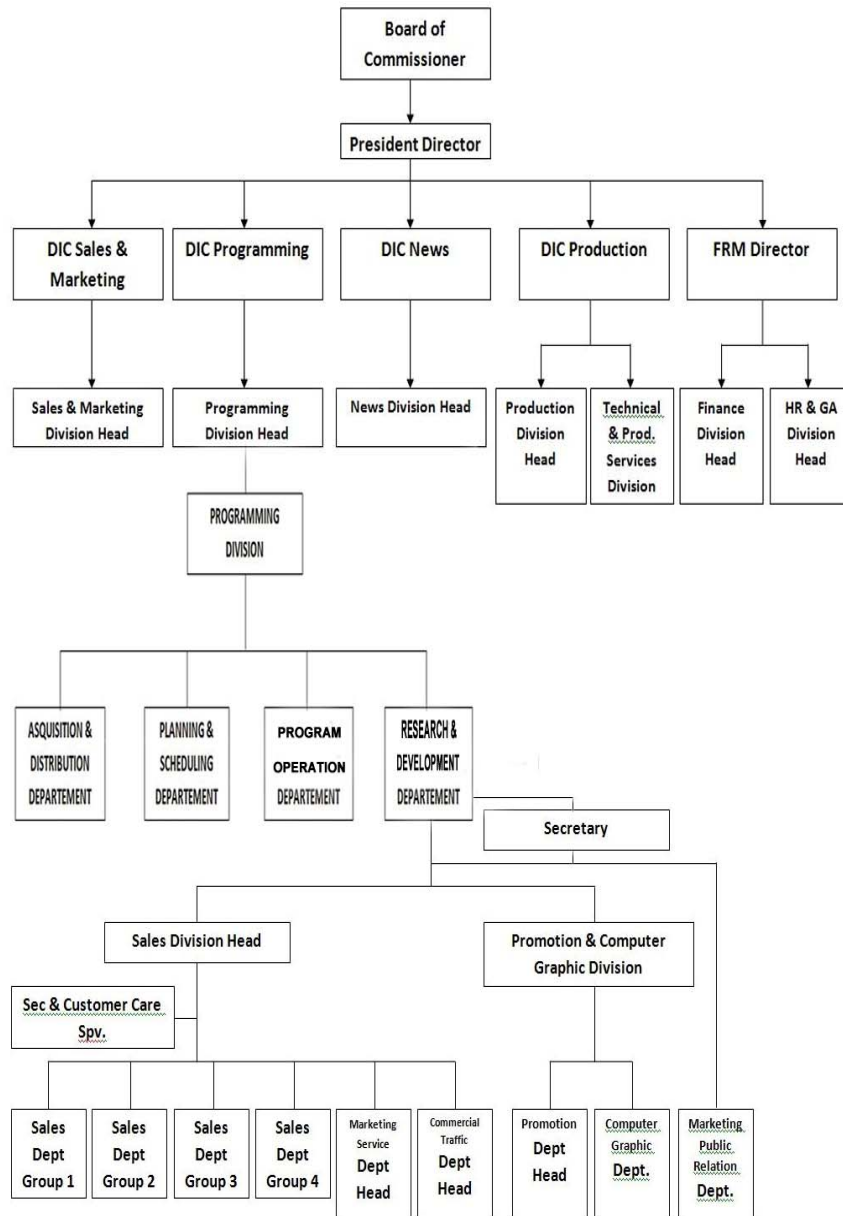
Sistem pencahayaan untuk sebuah kegiatan produksi terdiri atas :

- Keylight, sinar lampu depan yang terarah menerangi suatu area yang relatif kecil dengan sorotan sinar tajam, karena kemampuannya dapat menimbulkan efek yang mengesankan.
- Backlight, sinar lampu yang disorotkan ke objek yang tengah diambil oleh kamera atau posisi kamera record pada objek tertentu, guna memberikan kekuatan tertentu kepada suatu suasana sehingga dapat diperkuat penggambarannya.
- Fill light, sinar lampu yang tersebar menerangi area yang relatif luas dengan sorotan sinar yang kabur.

(11) Lampu Effect

- Movitec, untuk menyajikan cahaya dasar (base light) yang cukup, untuk keseluruhan yang diperlukan kamera agar dapat melihat dengan jelas.
- Tachnobebean, untuk membatasi kontras antara cahaya utama dengan bayangan, sehingga kamera beserta peralatan elektronik lainnya dapat menghasilkan gambar-gambar yang mulus.
- Follow Spot, untuk menunjukkan penyinaran bentuk-bentuk dan dimensi-dimensi benda dipanggung / stage.

3.1.8 Struktur Organisasi TRANS7



(Sumber : HRD Trans 7)

3.1.9.1 Fasilitas Umum yang Terdapat di Trans7

Trans7 dalam perkembangannya membangun gedung tahap demi tahap dengan menambahkan fasilitas-fasilitas penunjang dilingkungan Trans7 yaitu:

1. Kantin dan kafe
2. Masjid
3. Perpustakaan
4. Gedung Diklat, dll.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kajian Ilmu Komunikasi

Dilihat dari segi definisi dan obyek kajian menurut Dani Vardiansyah pada bukunya yang berjudul “*Pengantar Ilmu Komunikasi*” (2004:8) menyatakan ilmu komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia. Sedangkan obyek ilmu komunikasi adalah *komunikasi* itu sendiri, yakni usaha penyampaian pesan antarmanusia. Untuk mewujudkan proses komunikasi dari usaha penyampaian pesan antarmanusia, Maka dibutuhkan unsur-unsur dari proses komunikasi tersebut. Menurut Dani Vardiansyah (2004:19) unsur-unsur komunikasi terdiri dari :

1. Komunikator

Komunikator dalam program acara Opera Van Java Trans7 Jakarta sebagai pengirim pesan yakni manusia yang berinisiatif dalam berkomunikasi. Pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi. Komunikator dapat terdiri dari satu orang, banyak orang dalam pengertian lebih dari satu orang, serta massa.

Untuk itu, penulis menarik kesimpulan pada komunikator harus manusia yang memiliki akal budi sempurna agar pesan yang disampaikan dapat terwujud motif komunikasinya.

2. Pesan

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. Selain bentuk pesan dari program Opera Van Java Trans7 Jakarta yang perlu dikaji juga ialah makna pesan dan penyajian pesan. Dimana makna pesan terkait dengan makna denotatif, yakni makna formal yang biasanya tertera sebagaimana di kamus, sedangkan makna konotatif terkait dengan konotasi dari lambang komunikasi yang digunakan.

Pesan didalam program acara Opera Van Java Trans 7 Jakarta merupakan hasil dari penggunaan akal budi yang disampaikan si komunikator agar pesannya dapat terwujud motif komunikasi. Motif komunikasi yang diharapkan komunikator ke komunikan yaitu berupa umpan balik.

3. Saluran Komunikasi dan Media Komunikasi

Saluran komunikasi didalam program acara Opera Van Java adalah jalan yang dilalui pesan komunikator untuk sampai ke komunikannya. Ada dua jalan yang agar pesan komunikator sampai ke komunikannya, yaitu tanpa media (*nonmediated*

communication yang berlangsung *face to face*, tatap muka) atau dengan media. Media merupakan bentuk jamak dari medium. Medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Media komunikasi dilihat dari jumlah target komunikannya dapat dibedakan atas media massa dan nonmedia massa.

Pada medium komunikasi alat perantara merujuk pada sesuatu yang bersifat fisik, bukan non fisik. Alat perantara yang digunakan komunikator sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesannya ke komunikan yang dituju.

4. Komunikan

Komunikan didalam program acara Opera Van Java Trans7 Jakarta didefinisikan sebagai penerima pesan yakni manusia yang berakal budi, kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Untuk itu, bahwa komunikan dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa.

Syarat menjadi komunikator didalam program acara Opera Van Java Trans 7 Jakarta merupakan manusia yang berakal budi begitu pula dengan komunikan yang menerima pesan dari komunikator harus setara agar pesan yang dikirim/ disampaikan melalui saluran komunikasi/ media penghantar pesan tersebut dapat terwujud motif komunikasinya. Apabila salah satu dari komunikator maupun komunikan bukan manusia yang berakal budi maka tidak dapat melakukan proses komunikasi itu sendiri.

5. Efek Komunikasi

Efek komunikasi didalam program acara Opera Van Java Jakarta diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya.

4.2 Kajian Ilmu Broadcasting

Dimana definisi penyiaran menurut UU Nomor 32 Tahun 2002 adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana transmisi darat, di laut atau diantariksa dengan menggunakan *spectrum* frekuensi radio melalui udara, kabel dan/ atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran (Riswandi, 2009:1).

Dalam melakukan Kuliah Kerja Praktik pada program acara Opera Van Java Trans7 Jakarta, penulis melakukan beberapa tahap produksi yang dilakukan beserta tim wardrobe yang lainnya. Tahapan produksi yang dilakukan penulis sebagai berikut:

Sedikit berbeda dengan penata artistik televisi, seorang *art director* dalam struktur perfilman, bekerja di bawah production designer secara langsung, dan di atas set designer dan berada dalam level yang sama dengan *set decorator*. Kewajiban mereka yang terbesar adalah berbagai aspek administratif dalam *art department*, seperti pembagian tugas pada tiap personel, penyiapan bujet dan scheduling dan juga mengatur dan menjaga *quality control*. Biasanya juga mereka bekerjasama dengan

bagian yang lain, terutama bagian konstruksi, tak heran karena tugasnya dalam membuat set dari sebuah adegan. Tugasnya bisa dibagi dua yaitu, pre produksi dan saat produksi.

1) Pre production.

- a. **Melakukan bedah skenario.** Ini untuk mengetahui semua set yang diperlukan untuk semua adegan yang termasuk dalam sebuah film, Jadi setiap adegan, setiap percakapan yang mengaitkan pada sebuah keadaan (misal berbicara di sebuah bandara udara), maka art director harus mulai membuat list set apa saja yang diperlukan.
- b. **Merinci apa saja yang dibutuhkan.** Jika sudah tahu set apa saja yang dibutuhkan dalam membuat sebuah film, maka ia sudah dapat memulai membuat checklist benda-benda apa saja yang dibutuhkan. Tak hanya properti yang kecil sebagai pemanis dari sebuah ruangan, namun juga set panggung misalnya atau apa saja yang membutuhkan konstruksi, di sini jika merupakan produksi besar, art director bisa bekerja sama dengan bagian konstruksi. Bahkan di beberapa produksi film, make up sampai wardrobe bisa menjadi salah satu tanggung jawab seorang art director untuk menyiapkannya. Misalnya saja, setting dari sebuah adegan adalah di tahun 1942 saat perang dunia kedua masih berkecamuk, ia harus dapat mencari properti benda-benda yang mewakili tahun tersebut sampai ke pakaian yang akan dikenakan oleh tokoh-tokohnya.

c. **Merinci budget yang dibutuhkan.** Tentu saja setelah merinci apa saja yang dibutuhkan, ia juga perlu merinci bujet yang harus dikeluarkan, jika memang bujet terbatas, maka dengan sendirinya ia harus pintar-pintar membagi bujet sesuai kebutuhan. Semakin ia pandai membuat set yang sesuai dengan aslinya dengan bujet yang standar, maka namanya pun akan semakin dikenal.

d. **Planning Meeting**

Dalam pertemuan perencanaan program televisi atau planning meeting, produser memaparkan konsep acara yang akan dibuat. Dalam hal ini produser didampingi oleh sutradara atau pengarah acara televisi. Atas penjelasan ini, penata artistik menguraikan rencana tata artistic untuk mendukung acara tersebut, uraian ini dipaparkan dalam bentuk floor plan. Berikutnya, masing-masing departemen mempelajari kembali apa-apa yang harus disiapkan. Kebutuhan set dekorasi, property, serta grafika adalah hal-hal yang sangat serius diperhitungkan secara detail oleh penata artistic.

e. **Production Meeting**

Dalam pertemuan ini, pengarah acara bertindak memimpin acara meeting produksi. Masing-masing penanggung jawab tim memaparkan tugas yang akan dilakukan secara lengkap, ini penting agar departemen lainnya juga memahami konsep acara secara keseluruhan.

Dalam meeting produksi, peñata artistik sudah harus mengajukan anggaran yang diperlukan dalam tata artistik.

f. **Technical Meeting**

Ini merupakan pertemuan terakhir, dimana masalah teknis dibahas. Segala kebutuhan produksi harus selesai dilakukan alias segala sesuatunya ready to use.

2) **Production**

Program acara telah dimulai pembuatannya, maka tiap *scene* pun *art director* perlu ada dan berada di dekat sutradara untuk memastikan gambar yang diambil sesuai dengan yang diharapkan, sesuai dengan skenario dan dalam tampilkan gambarnya pun terlihat nyata. Bisa saja ia ikut terlibat langsung, misalnya saja membetulkan letak set atau properti yang dirasa tak pas di adegan yang dimaksud. Kegiatan ini terus diikuti oleh art director, mulai dari bongkar pasang set, sampai ke penataan set sepanjang pengambilan gambar masih berlangsung. Adapun proses produksi dan penyiaran program acara sebagai berikut :

- a. Koordinator Produksi : Ada Produser yang menyiapkan materi dan naskah mulai dari pra produksi, produksi, sampai paska produksi dan melakukan cheking ke re edit dan layak siar ke storage langsung ke on air.

- b. Koordinator Perencanaan : Merencanakan materi siaran dan mengumpulkan materi siaran dan membuat rundown langsung on air menuju dokumentasi.
- c. Koordinator Siaran : Merencanakan siaran dan menyusun siaran langsung menuju chek dan re check kemudian on air.
- d. Koordinator Kepustakaan : Mempersiapkan kaset/pita lalu mempersiapkan materi-materi siaran lalu mengirim ke production control (P.C) dan menyimpan kembali kaset-kaset.

3) **Post Production**

Tahapan yang terakhir dilakukan dalam proses produksi ialah *Input gambar, Dubbing, Editing, Preview, Penyimpanan Bahan Siaran, dan Tahap Penyiaran*. Selesai tahap penyiaran yaitu penilaian bahan siaran, siaran, kembali ke pemirsa, dan evaluasi. Dan Terakhir mengumpulkan bahan siaran, menyusun acara/rundown, pengesahan, distribusi rundown/pengiriman rundown acara, materi di antar ke P.C (*Programming Center*), data program/display data siap antar, On Air, dan kembali Kepustakaan.

4.3 Program Acara Opera Van Java

Berdasarkan wawancara mendalam penulis mengenai penulis dalam program acara Opera Van Java di Trans 7 Jakarta beserta struktur organisasinya dengan Ibu

Yustina selaku produser dari program acara opera van java, Beliau mendefinisikan bahwa “Program acara opera van java merupakan program acara berisi Opera Van Java berupa tayangan yang bervariasi dengan konsep pewayangan modern. Opera van java merupakan suatu tayangan yang bisa mendapatkan rating tinggi dan kelucuan-kelucuannya selalu baru dari hari ke hari” tentang opera van java supaya makin dicintai oleh seluruh masyarakat Indonesia, Ibu Yustina menambahkan “Opera Van Java juga mengadakan road show di kota-kota besar di Indonesia, jadi masyarakat Indonesia dapat menonton wayang mereka secara langsung, tidak perlu dating ke Jakarta, kami yang akan mendatangi mereka”

4.4 Wardrobe Pada Program Acara Opera Van Java

Wardrobe dalam arti sebenarnya adalah lemari dinding tempat menyimpan pakaian, awalnya nama “*wardrobe*” dimaksudkan pada sebuah ruangan di dinding yang menyatu dengan tembok. Sebutan lain untuk wardrobe adalah *armoire*. Namun, dalam istilah televisi dan film istilah wardrobe langsung dikaitkan pada masalah pakaian atau kostum pemain itu sendiri, bukan tempat penyimpanannya.

Memilih pakaian untuk sebuah pertunjukan film atau televisi bukan perkara mudah, selain harus punya sense of art dia juga mesti memiliki skill yang baik. Memang orang yang mengurus wardrobe tidak harus bisa merancang sebuah kostum

tapi alangkah baiknya jika dia punya pengalaman bekerjasama dengan seorang *costume designer*.

Tim Wardrobe bertanggung jawab atas pemilihan kostum yang akan dipergunakan untuk produksi, dan memastikan produksi kostum secara sementara maupun permanen untuk sebuah acara. Tim wardrobe berperan dalam program acara Opera Van Java di Trans7 Jakarta membantu anggota tim wardrobe lainnya dalam memilih kostum dengan warna-warna yang sesuai dengan tema acara di saat syuting Opera Van Java berjalan secara langsung maupun rekaman. Mulai dari *planning meeting, production meeting, technical meeting, pre production* sampai *production*. Serta mampu memiliki komunikasi dengan produksi, memiliki jiwa kepemimpinan, dan memiliki komitmen yang kuat, ketegasan dalam bersyuting acara opera van java. Membantu menentukan keperluan peralatan dan teknik, kebutuhan tata kostum.

Wardrobe dalam peranannya bukan saja hanya sebagai pelengkap melainkan juga penunjang dalam proses sebuah program baik harian maupun event. Dalam kinerjanya bagian wardrobe senantiasa dilibatkan penuh, mulai dari awal hingga acara berjalan. Sebagai bagian yang menunjang kelancaran berjalannya sebuah produksi suatu program, wardrobe diberikan wewenang penuh dalam mengaplikasikan jenis dan juga ragam busana. Tak jarang bahkan pada brief awal, konsep pemakaian busana atau kostum diserahkan kepada wardrobe dalam segi pemantasan untuk segmentasi maupun tema.

Dalam hal program opera van java biasanya sudah ada struktur tetap dari rundown atau alur naskah, yang berganti hanya konsep dasar/ide cerita atau pun bintang tamu.

4.5 Hasil dari Kuliah Kerja Praktik

Dalam melaksanakan Kuliah Kerja Praktik yang telah penulis lewati sebagai tim wardrobe pada program acara Opera Van Javadi Trans7 Jakarta selama hamper 2 bulan ialah penulis membantu tim wardrobe dalam melaksanakan kegiatan Mulai dari *planning meeting, production meeting, technical meeting, pre production* sampai *production*.

1. Penulis menjadi lebih tahu mengenai proses pemilihan kostum sebuah acara yang dibuat oleh designer yang telah disetujui oleh sutradara
2. Penulis menjadi tahu bagaimana menjadi salah seorang tim wardrobe dalam program acara opera van java di Trans7 Jakarta dan menyimak program acara di media massa.
3. Saat melakukan siaran produksi, penulis menjadi lebih tahu peralatan-peralatan yang digunakan saat proses produksi di studio.
4. Proses pemilihan kostum dan *fitting* yang dilakukan saat produksi meliputi menghindari pakaian yang bercorak garis-garis kecil, baju dengan motif garis-garis kecil biasanya akan menimbulkan flickr. Jangan memilih

pakaian dengan motif kotak-kotak kecil, ini juga akan mengakibatkan hasil visual yang flickr. Hindari kostum berwarna putih mengkilap apalagi polos tanpa corak

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan mengenai kerja tim wardrobe dalam “Peran Tim Wardrobe dalam Produksi Program Acara Opera Van Java di Trans7” menurut kajian komunikasi dan broadcasting.

5.1.1 Kajian Komunikasi

- 1) Komunikator : Tim Produksi Program Acara Opera Van Java, Tim Produksi, Artis, dan Trans7.
- 2) Media : Media yang digunakan untuk penayangan Opera Van Java adalah televisi yang dapat menjangkau pemirsanya di berbagai daerah
- 3) Pesan : Program-program acara di Trans7
- 4) Komunikan : Pemirsa / Penonton
- 5) Efek : Tertunda, karena televisi merupakan media

Komunikasi yang bersifat satu arah, dan program Opera Van Java tidak mengadakan segment sambungan telepon dari pemirsanya

5.1.2 Kajian Ilmu Broadcasting

Kesimpulan yang penulis dapat rangkum saat melaksanakan KKP sebagai tim wardrobe pada Program Acara Opera Van Java di Trans7 dilihat dari kajian ilmu *broadcasting* ialah yakni dari tahap pra produksi, produksi sampai dengan paska produksi :

1. Pra Produksi

- a. Dibutuhkan kepercayaan dan kekompakkan diantara tim produksi.
- b. Dalam menjalankan pra produksi, saat mencari gambar penulis melakukan koordinasi dengan produser, gambar apa yang diperlukan untuk melengkapi isi berita.
- c. Pada tahap ini penulis ditugaskan sebagai PIC wardrobe biasanya melakukan brief dengan pihak PIC creative yang bertugas (brief hanya dilakukan pada awal program dibuat). dengan acuan rundown yang sudah dibuat oleh pihak creative untuk divisi FD dan juga PA, PIC creative menjelaskan keinginan Produser dan Juga Sutradara dalam pengkajian busana dan juga kostum agar setelah-nya dibuatkan breakdown yang memudahkan pihak wardrobe dalam mengaplikasikan serta menyediakan

2. Produksi

- a. Saat produksi penulis melakukan koordinasi dengan Produser, Program Director/Pengarah Acara, Artis, serta cameramen agar pelaksanaan produksi siaran di studio berjalan lancar.
- b. Sebelum proses produksi dilangsungkan, penulis membantu memindahkan baju-baju dan juga kelengkapan busana dari ruang inventory ke Studio Guet dilantai satu tempat studio program berada. Disini penulis bukan hanya saja membantu memindahkan namun juga menyiapkan pada saat busana diletakan di inventory kecil digedung utama. Pusat wardrobe berlangsung selama produksi berbagai program, kecuali program luar studio atau studio luar "sewa" hanya sebagai transit untuk penyimpanan sementara sebelum di laundry atau dikembalikan ke inventory maupun sponsor/vendor terkait program tersebut.

3. Paska Produksi

Dalam proses pasca produksi penulis yang bertindak sebagai team wardrobe terkait program, hanya diminta untuk melakukan crosscek pada hal-hal terkait nama dan logo sponsor/vendor (apabila ada). Selebihnya dalam proses pasca produksi team wardrobe tidak terkait banyak.

Pada proses paska produksi, penulis melakukan hubungan kerjasama dengan Pengarah acara, Asisten Sutradara, Editor, Unit Manager, Penata Musik, Audio, dubber, dll. Melakukan editing, titling/mixing, dubbing, dll. Dan melakukan paket siap antar keproduksi rekaman. Dan Eksekutif Produser, Produser, Pengarah

Acara, Asisten Sutradara, Marketer, Direktur Teknik, Editor melakukan preview selanjutnya kirim dokumen pertanggung jawaban. Kepustakaanya itu penyimpanan bahan siaran ke dokumen acara.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk Perusahaan (Trans7 Program) dan untuk Universitas Esa Unggul dari apa yang telah penulis rasakan selama melakukan kuliah kerja praktek.

5.2.1 Untuk Perusahaan Trans7

- 1) Memberikan kesempatan yang waktu lebih lama kepada mahasiswa yang melakukan KKP, karena jangka waktu dua bulan belum cukup dalam melakukan penelitian dan mencari data.
- 2) Memberikan tes atau ujian berkala terhadap para tim wardrobe yang ada, agar kualitas dari hasil kerja mereka tetap terjaga dengan baik dan secara otomatis hal tersebut akan memacu untuk berkarya lebih baik lagi.
- 3) Berhubung SDM Trans7 Jakarta yang masih muda, disarankan untuk terus menyemangati mereka dalam berkerja, mengingatkan mereka tentang visi dan misi Trans7 agar lebih produktif menghasilkan program-program yang diinginkan pemirsa.

5.2.2 Untuk Universitas Esa Unggul

- 1) Meningkatkan mutu pendidikan agar mahasiswa Esa Unggul dapat bersaing dengan Universitas lain.
- 2) Bekerjasama dengan stasiun televisi dan radio agar mahasiswa tidak kesulitan mencari tempat KKP.
- 3) Fasilitas Lab dan Studio ditingkatkan dan ditambahkan lagi alat-alatnya dan ruangnya harus ada renovasi dan perbaikan.
- 4) Meningkatkan lagi pembekalan kepada mahasiswa agar tidak kesulitan dalam menjalankan KKP.
- 5) Untuk Fakultas Ilmu Komunikasi, system belajar mengajarnya yang terus melakukan perbaikan terutama status akreditasi FIKOM cepat-cepat diperbaiki.
- 6) Meningkatkan pelayanan kampus seperti perpustakaan perlu ditambah lagi buku-buku komunikasinya, meningkatkan pelayanan DAA agar tidak antri.

DAFTAR PUSTAKA

Dicky Umbara. *Seni Mengasah Tata Artistik dan Memahami Bahasa Seni*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung 2001

Effendi, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi, Teori dan Praktek*, Mandar Maju, Bandung 1989

Harahap, S Arifin. *Jurnalistik Televisi Teknik Memburu dan Menulis Berita*, Index, Jakarta, 2006

Morrisan. *Jurnalistik TV Mutakhir, Ramdina Prakarsa*, Tangerang, 2005

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002

Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi : dengan Single dan Multi Kamera*, 2006

Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001

Setyobudi, Ciptono. *Pengantar Teknik Broadcasting Televisi*, 2004

Vardiansyah Noor, Dani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2004

Wawan, Kuswandi. *Komunikasi Massa "Sebuah Analisis isi Media Komunikasi"*, Rineka Cipta, Jakarta, 1996

Yin, Robert k, *Studi Kasus (Desain dan Mode)*, Raja Grafindo, Jakarta, 1996

Sumber lain :

- DEPARTEMEN HRD TRANS7, JAKARTA 2012
- Redaksi Siang, http://tvguide.co.id/mobile-new/detail/program_detail?redaksi-siang-22-06-2012
- One Stop Football, <http://robby-sandria.blogspot.com/2009/05/musik-tv-theme.html>
- Opera Van Java, <http://simpanglima.wordpress.com/2010/01/21/opera-van-java-yaa-eeee/>

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Deka Purba Irawan

Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 1 Mei 1985

Status Keluarga : Anak ke 6 (enam)

Agama : Kristen

Alamat Rumah : Taman Meruya Ilir Blok B 11 No 21 Jakarta Barat
Indonesia

Nama Ayah : Bariman Wiryo Sudarmo

Nama Ibu : Maria Hestina (Alm)

Riwayat Pendidikan :

- SMU Negeri 101, Jakarta Barat (2000 – 2003)
- SMP Negeri 134, Jakarta Barat (1998 – 2000)
- SD 09 pagi, Jakarta Barat (1992 – 1998)

Riwayat Tambahan :

- Kursus Bahasa Inggris "LIA," Jakarta Selatan (April '99 – Des '99)

Riwayat Pekerjaan :

- Resepsionis Sinode Wilayah GKI Jabar (2009 – sekarang)





PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA

SURAT KETERANGAN

No: Ket. 0043/DCSV-HCO/MGN-12

Dengan ini kami menerangkan bahwa yang tercantum di bawah ini:

Nama : Deka Purba Irawan

Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul

Jurusan : Broacasting

NIM : 200758022

Telah melaksanakan Kerja Praktek pada Divisi *Technical Production Service (Wardrobe)* – TRANS7 pada tanggal 02 Oktober 2011 sampai dengan 02 Desember 2011

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk melengkapi syarat kelulusan

Jakarta, 19 Juli 2012

PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS7)



Zahara T. Rony

Human Capital Dept. Head

OPERA VAN JAVA

EPS "MAJAPAHIT"

Breaking Wardrobe : Shooting Selasa 8 November 2011, Studio X Trans 7

Taping #2 : 14.00 - 16.00

NO	TALENT	WARDROBE	MAKE UP
1	Sule	1. Setelan pendekar 2. Pedang 3. Sandal sepatu 4. Ikat kepala	- Karakter pemuda - Kumis - Wig panjang
2	Andre	1. Setelan Pendekar 2. Pedang 3. Sandal Sepatu	- Karakter ksatria
3	Aziz	1. Setelan penjual jamu 2. Sepatu pantovel 3. Kaos kaki	- Karakter wanita - Wig wanita - Lipstik merah terang - Bedak tebal
4	Nunung	1. Setelan ratu kerajaan 2. Sandal berwarna emas 3. Mahkota 4. Perhiasan	- Cantik
5	Parto	1. Setelan baju dalang	- Kumis - Bedak tipis
6	Tiwi	1. Setelan selir kerajaan 2. Perhiasan	- Cantik
7	Tika	1. Setelan selir kerajaan 2. Perhiasan	- Cantik

Rundown Acara

Opera Van Java Eps : Majapahit

Kategori : Komedi

Format : Komedi

Durasi : 120 Menit

Jam Siaran : 20.00 - 22.00 WIB

Stasiun Tv : Trans 7

No	Waktu Siar	Duras	Video	Audio	Subjek	Keterangan
1	20.00.00-20.00.30	30"	VTR	VTR	Bumper	Design + grafis
2	20.00.31-20.01.45	1' 45"	VTR	VTR	Opening dari	dalang menceritakan tema + narasi cerita
3	20.01.46-20.06.46	5'	VTR	VTR	Segmen 1	Pemain masuk dan dalang memberitahu peran masing-masing
4	20.06.47-20.06.57	10"	VTR	VTR	Bumper out	Design + grafis
5	20.06.58-20.12.58	6'	VTR	VTR	Iklan	Iklan
6	20.12.59-20.13.09	10"	VTR	VTR	Bumper in	Design + grafis
7	20.13.10-20.21.10	8'	VTR	VTR	Segmen 2	Masuknya Sule + Andre u/ memperebutkan kerajaan
8	20.21.11-20.21.26	15"	VTR	VTR	Narasi dalang	Dalang menutup segmen 2
9	20.21.27-20.21.37	10"	VTR	VTR	Bumper out	Bumper out
10	20.21.38-20.27.38	6"	VTR	VTR	Iklan	Iklan
11	20.27.39-20.27.49	10"	VTR	VTR	Bumper in	Design + grafis
12	20.27.50-20.28.50	1'	VTR	VTR	Narasi Dalang	Narasi selanjutnya
13	20.28.51-20.36.51	8'	VTR	VTR	Segmen 3	Masuk cerita : Sule, Andre Azis bertengkar
14	20.36.52-20.37.02	15"	VTR	VTR	tutup segmen 3	Andre + aziz menutup segmen 3
15	20.37.03-20.37.13	10"	VTR	VTR	Bumper out	Design + grafis
16	20.37.14-20.43.14	6"	VTR	VTR	Iklan	Iklan
17	20.43.15-20.43.25	10"	VTR	VTR	Bumper in	Design + grafis
18	20.43.26-20.53.26	10"	VTR	VTR	segmen 4	Masuk bintang tamu Tika&Tiwi (T2) dan perdebatan antara sule +
19	20.53.27-20.53.37	10"	VTR	VTR	Bumper out	Design + grafis
20	20.53.28-20.58.28	6"	VTR	VTR	Iklan	Iklan
21	20.58.29-21.00.29	2'	VTR	VTR	Narasi Dalang	Narasi selanjutnya
22	21.00.30-21.07.31	7'	VTR	VTR	Segmen 5	Masuki segmen 5 .. Nunung dan Aziz masuk
23	21.07.31-21.07.41	10"	VTR	VTR	Bumper out	Design + grafis
24	21.07.42-21.13.42	6'	VTR	VTR	Iklan	Iklan
25	21.13.43-21.13.53	10"	VTR	VTR	Bumper in	Design + grafis
26	21.13.54-21.14.54	1'	VTR	VTR	Narasi Dalang	Narasi selanjutnya
27	21.14.55-21.24.55	10'	VTR	VTR	Segmen 6	Masuk segmen 6
28	21.24.56-21.25.06	10'	VTR	VTR	Bumper out	Design + grafis
29	21.25.07-21.30.07	5'	VTR	VTR	Iklan	Iklan
30	21.30.08-21.30.18	10"	VTR	VTR	Bumper in	Design + grafis
31	21.30.19-21.40.19	10"	VTR	VTR	Segmen 7	masuk segmen 7 + lanjutkan cerita
32	21.40.20-21.40.30	10"	VTR	VTR	Bumper out	Design + grafis
33	21.40.31-21.46.31	6'	VTR	VTR	Iklan	Iklan
34	21.46.32-21.46.42	10"	VTR	VTR	Bumper in	Design + grafis
35	21.46.43-21.48.43	2'	VTR	VTR	Narasi Dalang	Narasi selanjutnya
36	21.48.43-21.55.59	7' 16"	VTR	VTR	Segmen 8	Masuk segmen 8 ... Akhirnya Andre pun mendapatkan kerajaan
37	21.56.00-22.00.00	4'	VTR	VTR	Closing	Closing dari Dalang dan penampilan dari T2..

Nomor : 2346/DPTS-ART/11
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : Penawaran Kerja Sama

Kepada Yth
Ibu. Nita
Butik Hana
Telp: 08161875456
Jakarta

Dengan ini kami ingin menawarkan kerja sama antara **Trans 7** dengan **Butik Hana** dalam Program unggulan kami sebagai berikut:

Nama Program : Opera Van Java
Talent Terlibat : Sule, Andre Taulany, Parto Patrio, Aziz Gagap, Nunung, Dewi Gita (sinden)
Format Acara : Komedi
Waktu Tayang : Senin – Jumat, Pk. 20.00 – 22.00 Wib
Waktu Peminjaman : Jumat, 10 November 2011
Waktu Pengembalian : Jumat, 16 November 2011
Kebutuhan Wardrobe : 8 Pcs (Kostum Dalang, Kebaya Sinden, dan Asesories)
Nilai Kerja Sama : ± Rp 2.500.00,-

Perjanjian Kerja Sama :

- Penayangan Template **Butik Hana** pada saat Dalang dan Sinden inframe
- Penayangan logo **Butik Hana** pada credit title di akhir acara
- Fasilitas Laundry / Dryclean

Apabila Bapak/Ibu menyetujui penwaran kerjasama ini mohon tandatangan pada kolom menyetujui dibawah ini. Untuk konfirmasi lebih lanjut dapat menghubungi **Mediana Hawila di 79177000 ext 4019** atau **087888846420 dan fax 79187732/79184627**.

Demikian hal ini kami sampaikan. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

PT. Televisi Transformasi Indonesia

Mengetahui


Donny C. Sapetro
Ka. Dept. Art

Ibu Nita

SW

Penawaran 2346/DPTS-ART/11

Nomor : 2356/DPTS-ART/11
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : Penawaran Kerja Sama

Kepada Yth
Ibu. Ari Arief
Butik MICHELLE
Telp: 08151004987
Jakarta

Dengan ini kami ingin menawarkan kerja sama antara **Trans 7** dengan **Butik MICHELLE** dalam Program unggulan kami sebagai berikut:

Nama Program : Opera Van Java
Talent Terlibat : Sule, Andre Taulany, Parto Patrio, Aziz Gagap, Nunung, Dewi Gita (sinden)
Format Acara : Komedi
Waktu Tayang : Senin – Jumat, Pk. 20.00 – 22.00 Wib
Waktu Peminjaman : Jumat, 18 November 2011
Waktu Pengembalian : Jumat, 25 November 2011
Kebutuhan Wardrobe : 5 Pcs (Dress Bintang Tamu)
Nilai Kerja Sama : ± Rp 5.500.00,-

Perjanjian Kerja Sama :

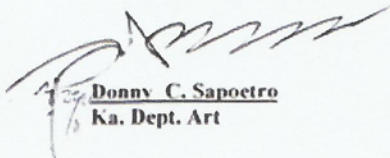
- Penayangan Template **Butik MICHELLE** pada saat bintang tamu inframe
- Penayangan logo **Butik MICHELLE** pada credit title di akhir acara
- Fasilitas Laundry / Dryclean

Apabila Bapak/Ibu menyetujui penawaran kerjasama ini mohon tandatangan pada kolom menyetujui dibawah ini. Untuk konfirmasi lebih lanjut dapat menghubungi Erin di 79177000 ext 4019 atau 085780644030 dan fax 79187732/79184627.

Demikian hal ini kami sampaikan. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

PT. Televisi Transformasi Indonesia

Mengetahui


Donny C. Sapotro
Ka. Dept. Art

Ibu Ari Arief

SW

Penawaran 2346/DPTS-ART/11