

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat manusia mudah berkomunikasi dan mendapatkan informasi yang diperlukan kapan dan dimana saja. Kemajuan dalam bidang komunikasi menuntut setiap individu untuk beradaptasi dengan kemampuannya untuk dunia di sekitarnya. Segala aspek dalam kehidupan terpengaruh dengan adanya kemajuan teknologi. Adanya perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi secara bertahap, memunculkan media-media yang menjadi sarana berkomunikasi. Media lama yang pernah dipakai seperti surat-menyurat, poster atau majalah dinding, papan pengumuman, radio, majalah, televisi. Menurut Romli (2016), dulu yang membuat orang lebih tertarik dengan surat kabar karena bentuknya yang media cetak dan mudah untuk dibawa ke mana-mana dan dibaca sewaktu kosong, surat kabar juga memiliki struktur yang rapi dan mudah untuk mencari sub pokok. Surat kabar juga memiliki beragam jenis menyesuaikan gaya hidup seseorang, misalnya kecantikan dan hobi, namun kemunculan internet mengubah cara manusia mempergunakan dan mengembangkan media sebagai sarana berkomunikasi dan mencari informasi.

McLuhan (1962) membagikan perkembangan teknologi dalam komunikasi menjadi empat era yaitu era kesukuan, era tulisan, era mesin cetak dan era media elektronik. Di era kesukuan atau pendengaran orang mengandalakan pesan yang disampaikan secara langsung melalui bicara, semakin kedepan manusia belajar dan mengenal tulisan yang membawa manusia ke era tulisan, manusia menggunakan tulisan sebagai alat komunikasi.

Kemunculan media cetak mempertemukan media surat kabar dan mempengaruhi aktivitas penyebaran pesan semakin meluas. Lalu adanya penemuan telegraf perkembangan ini menuju pada era elektronik, dengan menggunakan media elektronik dunia seperti semakin sempit atau *global village*, dengan menggunakan komputer yang tersambung internet, pengguna sudah bisa menelusuri dunia luas. teknologi dan komunikasi menjadi satu perangkat, dengan menggunakan komputer atau *smartphone* sudah bisa berkomunikasi mengirim pesan dengan yang jauh, mencari informasi yang dibutuhkan dan kemudahan perangkat teknologi yang mudah dibawa kemana saja dan digunakan kapan saja.

Selain untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi Dhifa (2020:49), manusia menggunakan media sebagai penghiburan. Media lama menawarkan hiburan melalui tulisan di majalah, tayangan televisi, siaran radio yang sudah terjadwalkan, namun kemunculan media baru mempermudah pengguna untuk mencari hiburan kapan saja dan dimana saja, yang terjadwalkan hanya waktu tayang pengunggahan ke media sosial, namun pengguna bisa menikmati hiburan tersebut dengan mengontrolnya sendiri.

Pendapat Melwin (2005:15) koneksi Internet adalah sebuah jaringan yang bisa menghubungkan media dengan media yang lain dan digunakan untuk mencari informasi, membagikan informasi, mengirim pesan, mencari hiburan, pengetahuan dan lain-lain. Internet mengalami perkembangan yang pesat hingga kini internet mudah digunakan dimana saja menggunakan perangkat seperti *smartphone*.

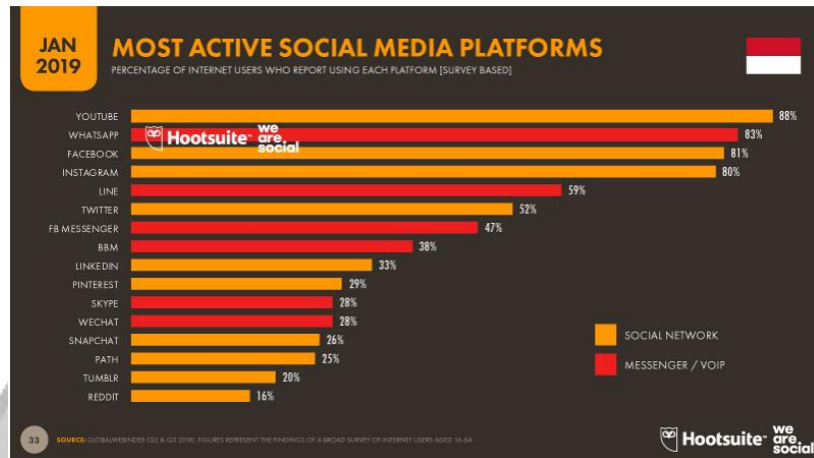
Menurut Supardi (2009), Perkembangan teknologi memberikan manusia banyak sarana untuk berkomunikasi salah satunya internet. menonton televisi tidak harus melalui antena saja, tetapi bisa dengan perangkat komputer yang terhubung jaringan internet, namun tetap mengikuti jam tayang televisi.

Menurut Ardiani (2020:21) perkembangan alat untuk komunikasi massa pada saat ini adalah dengan menggunakan media baru hasil dari konvergensi media cetak, audio dan visual. Internet termasuk dalam media baru karena memiliki karakter konvergensi dan *borderless*. Dalam media baru tersebut ada media sosial yang menjadi alat juga dalam berinteraksi dan mencari informasi.

Media sosial muncul karena perkembangan teknologi internet yang disebut sebagai media baru. Internet mempersatukan kegunaan radio, televisi dan media cetak dalam media baru supaya pengguna tetap dapat menikmati kegunaan media lama namun lebih mudah dengan media baru. Media sosial memungkinkan adanya komunikasi antar banyak pengguna secara global. Bertukar informasi dan pendapat dapat dilakukan dengan cepat tanpa banyak perantara. Media sosial tersebut bisa terhubung dengan oranglain menggunakan perangkat yang terhubung dengan jaringan internet, dengan begitu komunikasi dipermudah.

We Are Social (2019) menyebutkan penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 150 juta pengguna dengan waktu 8 jam dan 36 menit perharinya. Youtube

merupakan *platform* media sosial yang paling populer penggunaanya yang mencapai 88% kemudian dilanjuti dengan Whatsapp 83%, Facebook 81% dan Instagram 80%.



Gambar 1.1 HootSuite Digital Report 2019
sumber : Hootsuite We Are Social Indonesia

Youtube termasuk sosial media video terbesar dan memiliki pengguna banyak, ComScore menghitung ada 93 juta penonton dari Indonesia yang berusia diatas 18 tahun. Menurut Muriel Makarim Head of Large Customer Marketing Google Indonesia dalam tulisan Tek.id (2020), setiap tahunnya angka pengguna Youtube naik dan akan terus naik dari tahun sebelumnya. Indonesia sendiri memiliki banyak pengguna yang memberikan konten yang beragam.

Konten yang ada di Youtube sangat beragam, salah satu pengguna Youtube aktif adalah Christian Global Network Television Indonesia (CGNTV) menggunakan platform Youtube sebagai yang utama dalam membagikan kontennya. Televisi ini berbeda pada televisi umumnya, konten utama CGNTV Indonesia memiliki karakter kristiani,

menyebarkan penginjilan baik itu untuk target umur dewasa dan anak-anak. Kegiatan berdoa dan menginjil, menampilkan kesaksian hidup seseorang, membuat konten untuk anak-anak menggunakan boneka tangan ataupun video animasi. Pada umumnya TV sebagai media massa elektronik memiliki stasiun televisi, namun walaupun menyebutnya sebagai TV, CGNTV menggunakan platform Youtube sebagai media tambahan untuk menayangkan programnya. Jelas beda pada konsep TV pada umumnya, karena CGNTV menarik penonton dan menyediakan tayangan lebih banyak daripada yang ditayangkan di televisi yang bekerjasama. CGNTV memiliki program khusus anak-anak seperti program Kelas Kreativitas dan Aku Suka Tuhan Yesus, dan salah satu program umumnya adalah Satu Ayat Alkitab yang sudah tayang 125 episode.

Tayangan Youtube CGNTV Indonesia melalui proses produksi seperti televisi pada umumnya. Proses produksi video Youtube kanal CGNTV Indonesia melalui tiga tahapan yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Secara sistematis untuk menghasilkan konten setiap minggunya secara rutin. Program Satu Ayat Alkitab tayang setiap hari kamis. Sehingga pemegang tertarik untuk menulis laporan magang tentang proses program Satu Ayat Alkitab yang diproduksi tidak jauh beda dari cara produksi program televisi.

1.2 Tujuan Magang

2.1.1 Untuk mempelajari proses produksi program konten Youtube CGNTV

2.1.2 Untuk mempelajari dan mempraktekkan proses praproduksi, produksi, pascaproduksi program Satu Ayat Alkitab

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Ruang Lingkup kegiatan kerja magang yang dilaksanakan menjadi anggota produksi divisi editor membantu dalam mengedit video dan mengembangkan ide, ikut serta dalam proses pengambilan video.

Batasan pekerjaan membantu dalam kegiatan *editing* seperti mencari dan memasukkan suara latar belakang pada video program Aku Suka Tuhan Yesus, membantu dalam proses pengambilan gambar, membantu mentranskrip tayangan Bahasa Korea, membantu membuat PSD dan membantu proses *editing* program Satu Ayat Alkitab.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

1.4.1 Waktu Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (Magang)

Kegiatan magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dari aturan pelaksanaan kegiatan magang jangka waktu kerja yang ditempu adalah 640 jam kerja, terhitung dari 26 Agustus 2020 - 18 Desember 2020. Waktu kerja hari Senin hingga Jumat dari pukul 08.00 pagi sampai 18.00 sore

1.4.2 Tempat Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (Magang)

Kegiatan magang ini dilaksanakan di CGNTV Indonesia. Berlokasi di Oleos 2, Jl. Kebagusan I No.6, RT.2/RW.1, Kebagusan, Kec. Ps.Minggu, Kota Jakarta Selatan. Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta