BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Sejarah STV Bandung

Sunda Televisi merupakan buah kreativitas dari Prima Entertainment yang berdiri pada tahun 2005. Memposisikan sebagai televisi lokal di Jawa Barat yang berfokus pada seni budaya Sunda pada khususnya dan kebudayaan di Jawa pada umumnya. Pemilihan wilayah Jawa Barat sebagai wilayah penyiaran STV adalah dengan mempertimbangkan bahwa Jawa Barat merupakan wilayah yang penduduknya lebih padat dibandingkan dengan wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Pertimbangan lainnya adalah kebudayaan Jawa Barat lebih sering diekspose media nasional dan internasional sebagai budaya yang memiliki ciri khas dan eksotisme yang membuat daya permintaan mengenai informasi kebudayaan tersebut memiliki nilai jual yang lebih tinggi serta menjadi salah satu sumber kebudayaan Indonesia yang paling menonjol dan sering digunakan dalam penelitian-penelitian tingkat daerah, nasional bahkan internasional.

STV merupakan stasiun televisi lokal di Jawa Barat yang sebagian besar mempekerjakan sumber daya manusia lokal dan sepenuhnya di dukung oleh Manajemen Prima Entertainment. Mengorientasikan pada program-program tayangan keluarga dan memulai tayangan perdananya pada tanggal 23 Februari 2005 selama 5 jam, dari pukul 5 sore sampai dengan pukul 10 malam. Berada di frekuensi UHF Band di saluran 34

dengan kekuatan 5 Kw dengan frekuensi 575.25 Mhz. STV merupakan proyek kedua setelah PRO TV Semarang di 49 UHF Jawa Tengah.

Hampir enam tahun lebih STV Bandung sudah mulai beroperasi, memberikan sajian-sajian program yang berkualitas dengan membidik pasar segmentasi yang bersifat kekeluargaan.

STV Bandung telah mengalami perubahan dimana perubahan tersebut dimulai dari perubahan kepemilikan. Saat ini STV Bandung sepenuhnya telah dimiliki atau di pimpin oleh Kompas Gramedia Group. Selain itu juga perubahan yang kedua terjadi pada bentuk siaran lokal STV Bandung yang sebelumnya ada di sistem televisi lokal ke sistem televisi berjaringan atau yang lebih kenal dengan TV Kabel. Nantinya STV Bandung akan digabungkan dengan Kompas TV yang saat ini peluncurannya masih dalam tahap pengkajian.

Segmentasi yang dimiliki setiap program STV Bandung mempunyai komposisi yang berbeda. Secara keseluruhan segmentasi yang ada pada program-program STV Bandung meliputi :

- Informasi 20%
- Edukasi 15%
- Entertainment 60%
- Lain-lain 5%

1.2 Visi dan Misi STV Bandung

Adapun visi dan misi dari Pt. Pasundan Utama Televisi (STV Bandung) sebagai berikut:

1.2.1 Visi STV Bandung

Membangun dan menyuarakan kepentingan masyarakat dengan siaran televisi yang *professional, profitable,* berkualitas, bertanggung jawab, beretika berkeadilan, berlandaskan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta menjadi TV Lokal terbaik di Jawa Barat.

1.2.2 Misi STV Bandung

Adapun misi STV Bandung, adalah sebagai berikut:

- Mewujudkan lembaga penyiaran swasta yang professional, berkreatifitas tinggio dan diterima masyarakat Jawa Barat.
- Menciptakan lapangan kerja bagi SDM local.
- Mengembangkan informasi tentang program pembangunan lokal.
- Memberikan siaran informasi, pendidikan, dan hiburan yang sesuai dengan kondisi local, sehingga diharapkan dapat mendorong terciptanya masyarakat yang mandiri.
- Meningkatkan, mengembangkan, dan melestarikan budaya masyarakat Jawa Barat.

1.3 Logo STV Bandung

Berikut dibawah ini adalah logo STV Bandung yang mulai dari awal berdiri hingga logo yang dipakai sekarang :

Gambar 1.1

Logo STV Bandung



Logo STV Awal **Logo STV** **Logo STV Hitam**

Sumber : *Compeny Profile* Stv, 2011

Sejak tanggal 18 Maret 2011, Logo STV tidak lagi menggunakan logo **S** atau dihilangkan. sebagai gantinya, Logo STV yang sekarang hanyalah tulisan **STV**. Penggantian logo tersebut adalah sebagai wujud **STV Bandung** sebagai stasiun televisi lokal yang terbuka, tanpa adanya batasan. Diantaranya:

❖ Kekuatan STV Bandung

STV memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan televisi lokal lainnya di Jawa Barat seperti Bandung TV, PJTV, JaBar TV, MQ TV, dll seperti memposisikan diri dengan memfokuskan pada materi lokal.

- Konten lokal dengan perpaduan metropolis menjadi dasar dari program STV Bandung
- Tajam, rajin, dan pengalaman yang didukung oleh para kru di belakang TKP
- Integritas dari manajemen menjadi rekomendasi yang sangat tinggi utnuk memenuhi kepuasan penonton

❖ Tujuan (Objectives)

- Menjadi broadcaster televisi yang didirikan daerah
- Kesetian dan dedikasi untuk audiens
- Menjadi channel terbaik untuk iklan prudok
- Menciptakan sikap baru pemuda Bandung dan membuat kota lebih ceria dengan program-program kami.

1.3.1 Tagline STV

”**One Tune Hade**” dan ”**Bandung Berseuri**” merupakan dua moto yang secara umum disebarluaskan kepada semua audience, yang menunjukan jati diri dari STV Bandung. Saat ini tagline yang diapai oleh STV adalah **O*ne Tune Hade***, yang dapat diartikan secara harafiah *satu chanel yang bagus* atau bisa juga bisa diartikan secara palafalah (wanton hade) *berani tampil bagus* (dalam Bahasa Sunda, *hade* artinya bagus,

wantun artinya berani). Dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan informasi, STV mampu memenuhi keinginan pemirsanya dalam menyajikan berbagai tayangan program yang berkualitas tanpa melupakan budaya local Jawa Barat, sehingga diharapkan STV selalu menjadi acuan dan panduan masyarakat Jawa Barat dan Bandung pada khususnya dalam berbagai informasi terkini.

1.3.2 Budaya STV Bandung

Secara umum semua karyawan STV ini masuk kerja pada jam 9 pagi sampe jam 5 sore. Tapi tidak menutup kemungkinan para karyawan bisa kerja secara lembur. Contohnya untuk seorang editor dia bisa saja kerja sampai larut malam dikarenakan pekerjaannya harus selesai pada hari itu juga. Di sisi lain ada juga crew yang harus produksi di luar jam kerja seperti *shooting* di malam hari. Pada intinya karyawan di stasiun televisi ini bekerja tidak terpaku pada jam kerja, akan tetapi mereka berorientasi pada hasil pekerjaan. Terkecuali dengan karyawan yang bekerja di kantor secara tetap seperti programming, traffic, administrasi dan sejenisnya mereka bekerja pada jam masuk kerja.

Untuk pemakaian seragam PT. Pasundan Utama Televisi ini memiliki peraturan sendiri, yakni di tujukan kepada :

- *Dept. Programming*
- *Dept. Produksi (Executive Producer, Producer, Cameraman)*
- *Dept. News (Producer, Asst. Producer, Reporter, Editor)*
- *Dept. Finance*

- *Dept. Tehnik*
- *Tower : MCR, Teknisi*
- *Studio Control*

Tanggal dikeluarkan yaitu pada hari Kamis, 29 Maret 2007.

Diberitahukan bahwa mulai hari Senin, 2 April 2007 seluruh staff diharuskan memakai :

- Seragam merah *(Skater)* setiap hari Senin
- Seragam hitam *(Cardinal)* setiap hari Selasa
- Seragam hitam *(A-Mild)* setiap hari rabu
- Khusus untuk *security* setiap hari kerja (kecuali malam) WAJIB memakai seragam *security*. Untuk *dept. News (reporter)* apabila ada kepentingan *on screen* WAJIB memakai seragam hitam *(cardinal)*

1.4 Sejarah Departemen News STV Bandung

News departement aktif sejak STV memulai siarannya pada tanggal 18 Maret 2005 silam. Bermula dari tayangan Breaking News berdurasi 3 menit yang diberi nama "Detik Ke Detik" yang ditayangkan secara acak pada jam siaran STV. Program ini terus berjalan di tengah program-program news yang lahir kemudian.

Pada tinggal 21 Juni 2005, program berita News Departement yang diberi nama DAILY REPORT mulai mengudara dengan durasi 1 jam setiap hari, 7 hari seminggu pada pukul 18.30 – 19.30 WIB. Mulai tanggal 30

Oktober 2006, Daily Report mengalami perubahan jam tanyang yaitu pukul 18.00 – 19.00 WIB.

Program News Departement berikutnya yang lahir adalah CAKRAM (Catatan Kriminal 30 Menit). Program ini lahir pada tanggal 6 Oktober 2006 dan merupakan Features Kriminal menyangkut kejadian-kejadian kriminal penting yang terjadi di daerah Jawa Barat dan di kota Bandung khususnya. Format programnya adalah investigasi presenter dan ditayangkan pada hari Kamis pukul 22.30 setiap minggunya.

Tanggal 4 Juli 2006, News Departement STV kembali melahirkan program baru bernama STV SPORT. Program ini merangkum kejadian-kejadian penting, wacana dan profil atlit di bidang olahraga. Disiarkan 1 kali seminggu setiap hari Selasa, pukul 17.30 WIB.

Program lainnya yang di buat oleh News Departement yaitu program DAMAR PARAHYANGAN. Tayangan ini adalah program berita berbahasa Sunda yang dikemas dengan format 2 orang presenter: 1 orang presenter perempuan, 1 orang presenter laki-laki. Program ini mulai ditayangkan pada tanggal 30 Oktober 2006 dengan durasi tayang selama 30 menit yaitu pukul 20.30-21.00 WIB.

Dalam tahap proses manajemen produksi news yang dilakukan oleh STV Bandung meliputi tiga tahapan dimana tahapan tersebut adalah tahapan pra produksi, tahapan produksi, dan tahapan pasca produksi.

1.4.1 Pra Produksi News di STV Bandung

Dalam sebuah proses pra produksi baik itu untuk program news atau program lainnya, tahapan perencanaan merupakan tahapan awal yang harus di lalui oleh semua lapisan dalam sebuah institusi media massa. Tahapan perencanaan ini merupakan suatu tahapan dimana suatu program dilihat kelayakan perencanaannya sehingga program tersebut dapat menjangkau target dan sasaran dari program tersebut. Tahapan perencanaan program berita ini meliputi berbagai aspek yang diperhitungkan sebelumnya, yang diantaranya :

- Budgeting

Bugeting sangat identik dengan aspek perencanaan keuangan, akan tetapi budgeting dalam tahapan pra produksi yang ada di dalam divisi news tidak identik dengan perencanaan keuangan. *Budgeting* yang ada di dalam news ini meliputi :

1. Wishlist

   Wishlist adalah rencana peliputan yang akan dilakukan oleh wartawan dan kontributor dilapangan. Rencana peliputan ini meliputi rencana tentang berita yang sebelumnya telah di pesan dan rencana proyeksi berita untuk tingkat nasional.

2. Listing

   Listing merupakan bagian dari proyeksi berita yang sebelumnya telah masuk ke dalam wishlist. *Listing* ini adalah merupakan suatu laporan tertulis yang berbentuk informal, dimana laporan tersebut di

buat oleh suatu wartawan dan kontributor mengenai proyeksi berita dan kemudian diberikan kepada produser. Dalam sehari seorang wartawan atau kontributor mendapatkan ketentuan mencari tiga berita.

3. Rapat Proyeksi

Rapat proyeksi suatu agenda wajib yang dilakukan dalam tahap pra produksi. Meeting ini dilakukan oleh pimpinan atau executive produser, produser, asisten produser, wartawan dan kontributor. Agenda-agenda yang dibahas dalam rapat proyeksi tersebut diantaranya membahas tentang berita yang telah naik atau pun tayang hari ini, dan proyeksi berita untuk keesokan harinya.

4. Peliputan di lapangan.

Pada tahapan terakhir dalam pra produsksi adalah tahapan dimana wartawan dan kontributor melakukan suatu peliputan langsung di lapangan. Wartawan dan kontributor yang melakukan peliputan harus berupaya mendapatkan data yang jelas, padat, berisi sehingga konten informasi dalam berita tersebut dikatakan benar. Selain itu juga dalam peliputan di lapangan tersebut harus terdapat penegasan yang berupa wawancara dari khalayak atau individu yang bersangkutan. Dengan kata lain wartawan atau kontributor harus dapat mendapatkan keterangan dari narasumber terkait isu yang diangkat.

Setelah tahap peliputan di lapangan selesai, maka wartawan dan kontributor mengolah data yang didapat di lapangan ke dalam naskah. Dalam pembuatan naskah pemilihan judul dan isi dari berita

menentukan kualitas dari berita. Dalam tahap peliputan di lapangan ini terdapat beberapa aspek yang dapat menentukan kualitas informasi dalam berita yaitu pemilihan judul, isi dari berita yang jelas, padat, dan berisi, terdapat penegasan dari khalayak atau individu yang bersangkutan, dan visual yang mampu menginterpretasikan dari berita tersebut.

1.4.2 Produksi News di STV Bandung

Tahapan produksi merupakan tahapan dimana semua proses atau hasil dari pra produksi diolah. Dalam tahapan produksi ini, meliputi berbagai aspek yang diantaranya :

1. Pembuatan Naskah

   Pembuatan naskah ini merupakan salah satu pengolahan atau penuangan data yang didapatkan wartawan dan kontributor dilapangan ke dalam format narasi. Dengan kata lain pembuatan naskah ini merupakan interpretasi dari data yang didapatkan dan visualisasi dari gambar atau video yang didapat dilapangan. Pembuatan naskah ini dilakukan ketika wartawan dan kontributor telah selesai melakukan peliputan di lapangan. Terdapat ketentuan dalam proses pembuatan naskah yang dilakukan oleh wartawan dimana ketentuan tersebut adalah untuk pembuatan naskah oleh wartawan di daerah sekitar Bandung, pembuatan naskah dilakukan di kontor redaksi news STV, sedangkan untuk kontributor pembuatan naskah dapat dilakukan di lapangan dan ketika naskah tersebut telah selesai kontributor dapat mengirimkan naskah tersebut via email.

Dalam pembuatan naskah ini juga, wartawan dan kontributor harus membuat naskah yang sesuai dengan format naskah yang telah diberikan. Format naskah tersebut adalah :

Tabel 1.1

Format Naskah News STV Bandung

JUDUL :
TANGGAL :
PRODUSER :
LOKASI :

VIDEO	AUDIO
STREAMING ... FILE/LEAD	
VOICE OVER/PKG	

Sumber : *Company Profile*, 2011

Keterangan :

- Judul : Berisi tentang judul berita
- Tanggal : Berisi tentang tanggal berita liputan
- Produser : Berisi tentang nama produser dari program news
- Lokasi : Berisi tentang daerah atau tempat dimana peliputan berita berlangsung
- Streaming File/ Lead : Pada kolom video *streaming file* berisi tentang jumlah file dari hasil liputan. Sedangkan pada kolom audio berisi tentang kepala berita atau *lead*.

- Voicer over : Berisi tentang data dari hasil liputan yang kemudian diinterpretasikan oleh wartawan atau kontributor. Dengan kata lain *voicer over* ini merupakan bentuk penegasan gambar dari hasil liputan. *Voicer over* ini yang kemudian di rekam oleh divisi *voicer over* ke dalam bentuk audio.

1. Penyerahan Visualilasi Gambar

Penyerahan gambar visualisasi merupakan tahapan berikutnya ketika wartawan dan kontributor telah membuat suatu naskah ke dalam format yang telah ditentukan sebelumnya. Wartawan atau kontributor memberikan visualisasi gambar ke bagian editing yang kemudian gambar tersebut akan di selesksi. Penyeleksian gambar ini dilakukan agar gambar tersebut bisa mewakili informasi yang terkadung dalam naskah. Penyerahan visualisasi gambar yang dilakukan oleh kontributor berbeda dengan wartawan, dimana kontributor menyerahkan visualisasi gambar melalui *streaming video* yang bisa dikirim via email redaksi.

2. Penarikan Naskah

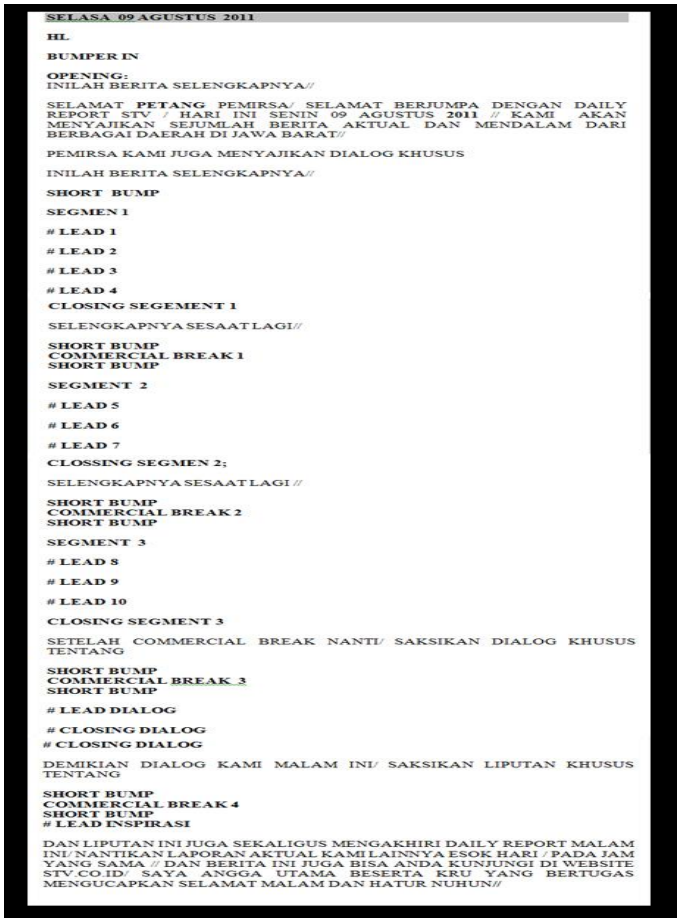
ketiga dalam tahapan produksi news adalah proses penarikan naskah yang dilakukan oleh koordinator liputan atau produser. Naskah yang telah ditarik tersebut kemudian di edit oleh koordinator liputan atau produser. Hal ini dilakukan untuk pengkoreksian dari berita hasil liputan yang dilakukan oleh wartawan dan kontributor.

3. Editing Lead dan Pembuatan Lead Program

Editing lead merupakan pengkoreksian atau penyeleksian kepala berita yang sebelumnya telah dibuat oleh wartawan dan kontributor. Proses editing lead ini biasanya dilakukan oleh koordinator liputan atau produser. Setelah proses *editing lead* selesai, maka produser membuat lead utuh atau keseluruhan untuk program. Format pembuatan *lead* program seperti pada Gambar 1.2 berikut:

Gambar 1.2

Format News Take Lead STV Bandung



SELASA 09 AGUSTUS 2011

HL

BUMPER IN

OPENING:
INILAH BERITA SELENGKAPNYA//

SELAMAT **PETANG** PEMIRSA/ SELAMAT BERJUMPA DENGAN DAILY REPORT STV // HARI INI SENIN 09 AGUSTUS **2011** // KAMI AKAN MENYAJIKAN SEJUMLAH BERITA AKTUAL DAN MENDALAM DARI BERBAGAI DAERAH DI JAWA BARAT//

PEMIRSA KAMI JUGA MENYAJIKAN DIALOG KHUSUS

INILAH BERITA SELENGKAPNYA//

SHORT BUMP

SEGMEN 1

 # LEAD 1

 # LEAD 2

 # LEAD 3

 # LEAD 4

CLOSING SEGEMENT 1

SELENGKAPNYA SESAAT LAGI//

SHORT BUMP
COMMERCIAL BREAK 1
SHORT BUMP

SEGMENT 2

 # LEAD 5

 # LEAD 6

 # LEAD 7

CLOSSING SEGMEN 2;

SELENGKAPNYA SESAAT LAGI //

SHORT BUMP
COMMERCIAL BREAK 2
SHORT BUMP

SEGMENT 3

 # LEAD 8

 # LEAD 9

 # LEAD 10

CLOSING SEGMENT 3

SETELAH COMMERCIAL BREAK NANTI/ SAKSIKAN DIALOG KHUSUS TENTANG

SHORT BUMP
COMMERCIAL BREAK 3
SHORT BUMP

 # LEAD DIALOG

 # CLOSING DIALOG
 # CLOSING DIALOG

DEMIKIAN DIALOG KAMI MALAM INI/ SAKSIKAN LIPUTAN KHUSUS TENTANG

SHORT BUMP
COMMERCIAL BREAK 4
SHORT BUMP
 # LEAD INSPIRASI

DAN LIPUTAN INI JUGA SEKALIGUS MENGAKHIRI DAILY REPORT MALAM INI/ NANTIKAN LAPORAN AKTUAL KAMI LAINNYA ESOK HARI / PADA JAM YANG SAMA // DAN BERITA INI JUGA BISA ANDA KUNJUNGI DI WEBSITE STV.CO.ID/ SAYA ANGGA UTAMA BESERTA KRU YANG BERTUGAS MENGUCAPKAN SELAMAT MALAM DAN HATUR NUHUN//

Sumber : *Company Profile*, 2011

4. Pembuatan Rundown

Proses ke lima dalam tahapan produksi news adalah pembuatan *rundown* yang dilakukan oleh produser. Pembuatan *rundown* ini dilakukan ketika proses penarikan naskah telah dilakukan. Pada proses pembuatan rundown produser memilih suatu berita yang dinilai layak untuk naik atau tayang. Jumlah berita dalam rundown biasanya berbeda-beda, tergantung dari program news itu sendiri. Jumlah berita dalam *rundown* program Daily Report berisi 9-10 berita, sedangkan jumlah berita dalam *rundown* program Damar Parahyangan berisi 7-8 berita, dan Jumlah berita dalam *rundown* program STV Sport berisi 5-6 berita.

5. Editing Gambar dan Voice Over

Proses ke lima ini merupakan editing gambar atau video yang telah di serahkan ke editing dan perekaman *voice over*. Proses editing gambar dan *voice over* dilakukan secara bersamaan dengan tugas yang dimiliki dan dikerjakan pada masing-masing divisi. Untuk editing gambar dilakukan oleh team dari divisi editing yang terdiri dari dua atau tiga orang. Sedangkan untuk *voice over* dilakukan oleh divisi *voice over* itu sendiri. Editing gambar ini dilakukan untuk penyeleksian gambar agar gambar sesuai dengan naskah yang sudah terekam atau dibuat dalam bentuk *voice over*.

Proses ini dilakukan di ruang editing dan biasanya pembagian editing dilakukan persegment. Hal ini dilakukan untuk membantu tugas editing dan mengefisiensikan waktu dalam proses editing video. *Voice over* merupakan perekaman naskah yang berbentuk narasi ke dalam bentuk audio. *Voicer*

over dalam program news yang ada di media massa khususnya elektronik mempunyai kegunaan yaitu sebagai salah satu bentuk penegasan dari gambar atau video.

6. Take Lead

Proses *take lead* merupakan proses pembacaan kepala berita yang sebelumnya telah di edit ulang oleh produser kemudian dibacakan oleh presenter.

7. Penggabungan Program

Setalah proses editing gambar, *voice over*, dan *take lead* berita selesai, maka sampailah pada proses terakhir dalam tahapan produksi yaitu penggabungan program secara utuh. Dengan kata lain penggabungan program secara utuh ini merupakan proses editing yang menggabungkan gambar, *voice over*, dan *lead berita*. Proses penggabungan secara utuh ini dilakukan oleh team dari divisi editing.

1.4.3 Pasca Produksi News di STV Bandung

Pasca produksi merupakan tahapan terkahir dari proses manajemen produksi news. Proses pasca produksi ini terdiri dari :

1. Quality Control

   Merupakan pengkoreksian atau penyaringan ulang dari berita yang sebelumnya telah di produksi. Proses ini dilakukan untuk mengkoreksi dan melakukan penyaringan terhadap berita apa bila ada kesalahan dalam proses produksi. Proses ini meliputi proses pengkoreksian atau penyaringan pada kualitas gambar yang telah di edit sebelumnya,

pengkoreksian atau penyaringan pada kualitas *voice over*, dan yang terkahir pengkoreksian atau penyaringan pada kualitas *lead*. *Quality control* ini dilakukan oleh produser.

2. Print Berita

Setelah proses quality control selesai dilakukan, maka sampailah pada tahap yang selanjutnya yaitu proses print berita. Print berita ini merupakan proses pemindahan file program yang sebelumnya telah di buat secara utuh ke dalam kaset. Dengan kata lain, pemindahan file ini dilakukan dari file yang berada dalam komputer ke dalam kaset.

3. On Air

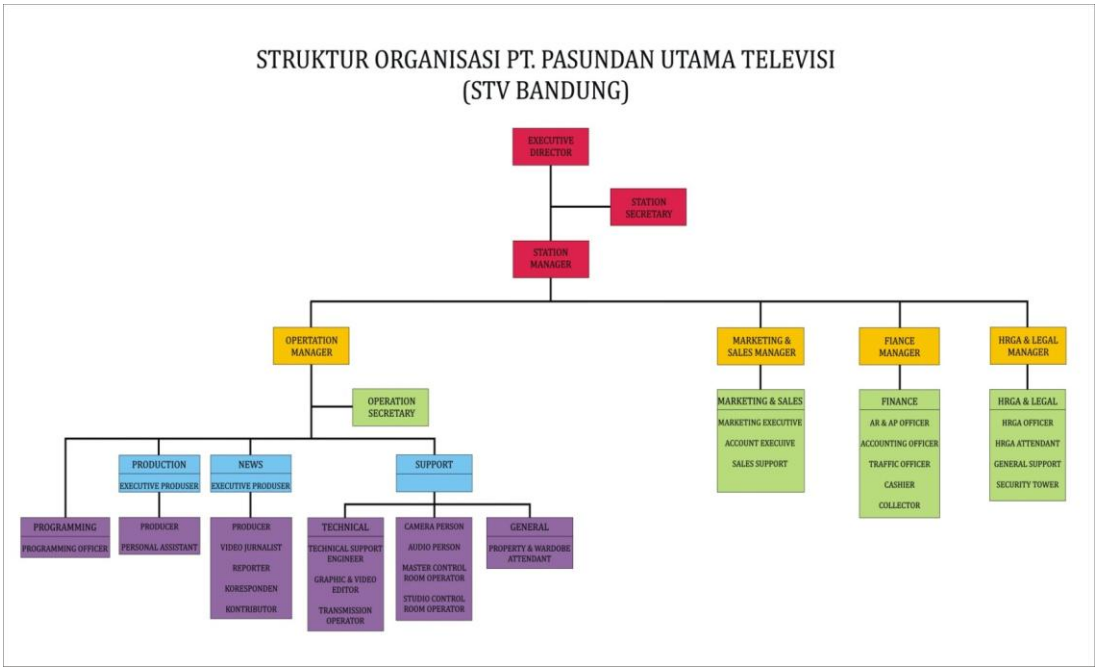
Setelah proses print berita tersebut selesai, lalu print berita tersebut dibawa ke tower untuk *on air*.

1.5 Struktur Organisasi STV Bandung

Struktur organisasi menghubungkan antara hubungan-hubungan yang ada didalam suatu peerusahaan. Struktur organisasi STV Bandung dapat di lihat pada Gambar 1.3.

Gambar 1.3

Struktur Organisaasi Pt. Pasundan Utama Televisi Bandung (STV)



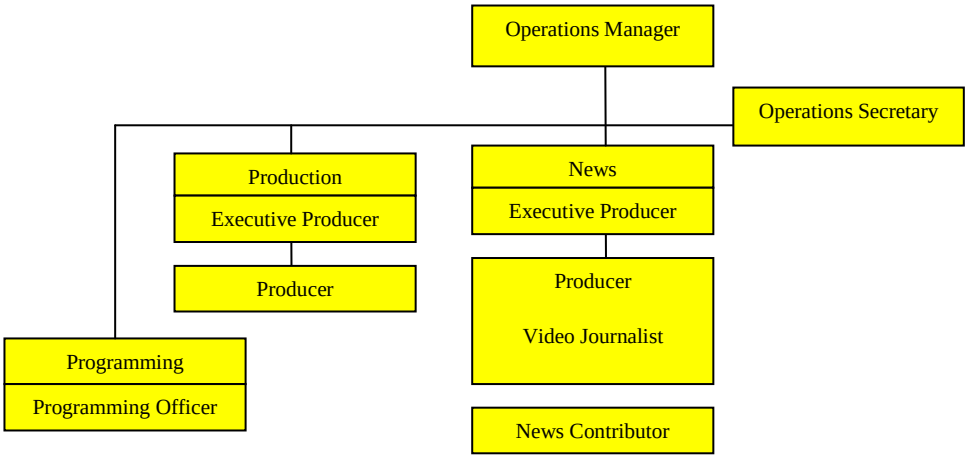
Sumber: *Company Profile* Stv, 2011

1.6 Struktur Organisasi Divisi Departement News di STV Bandung

Berikut ini merupakan Struktur Organisasi Divisi Departement News di STV Bandung. Struktur organisasi divisi department News STV Bandung dapat dilihat pada Gambar 1.4.

Gambar 1.4

Struktur Departement News di STV Bandung



Sumber: *Company Profile* STV Bandung, 2011

1.7 Job Deskription News STV Bandung

Berikut adalah uraian bagian-bagian dari divisi News STV Bandung, diantaranya:

1. job deskription STV Bandung
2. Operations Manager
3. Operations Secretary
4. Executive Producer News
5. Producer Video Journalist
6. News Contributor
7. Executive Producer Production

News Departement kini ditangani oleh 1 orang Pimpinan yang bertindak sebagai Executive Produser, 1 orang Produser, 1 orang Asisten Produser, 5 orang wartawan (reporter) lokal di Bandung dan 5 orang Koresponden (Cianjur, Tasikmalaya, Cirebon, Karawang, Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat). Di jajaran News Departement dibantu 1 orang Sekretaris Redaksi dan 3 orang Editor News, 2 orang penerjemah bahasa Sunda, ditambah 7 orang Presenter.

1.8 Sarana dan Prasarana

1.8.1 Sarana Praktek Kerja Lapangan

Sarana yang dimiliki oleh News PT. Pasundan Televisi Utama (STV Bandung) adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Sarana PT. Pasundan Televisi Utama (STV Bandung)

NO	URAIAN	JUMLAH
1	Meja	16
2	Kursi	20
3	Komputer	14
4	Kamera Wartawan	5
5	Kamera Master, Kamera Kanan, Kamera Kiri	1
6	Lighting	3
7	Background Kain Hijau, Merah, Biru (R G B)	3

8	Mic (Wireless Mic & Cable Mic)	2
9	Fedding	1
10	Monitor (Monitor Kamera, Priview, Program)	1
11	CCU (Central Control Unit)	Jumlah sebanyak kamera yang digunakan
12	Mixer Audio	1
13	VTR/ Mini DV	3
14	Komputer Promter	2

Sumber: *Company Profile* STV Bandung, 2011

1.8.2 Prasarana Praktek Kerja Lapangan

Prasarana yang dimiliki oleh News PT. Pasundan Televisi Utama (STV Bandung) adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3

Prasarana PT. Pasundan Televisi Utama/ STV bandung

NO	URAIAN	JUMLAH
1	Gedung	1
2	Studio	1
3	Ruang Editing	1
4	Ruang VO	1
5	Ruang Meeting	1
6	Ruang MCR	1

7	Ruang Control Edit	1
8	Ruang Tunggu	2
9	Ruang Wardrope	1
10	Toilet Wanita	2
11	Toilet Pria	3
12	Mushola	1
13	Dapur	1
14	Tempat Parkir Motor	2
15	Tempat Parkir Mobil	1

Sumber: *Company Profile* STV Bandung, 2011

1.9 Lokasi dan Waktu PKL

1.9.1 Waktu Pelaksanaan Job Training

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilakukan dari 08 Juli 2011 sampai dengan 04 September 2011. Dengan Jumlah hari kerja selama 27 hari.

1.9.2 Tempat Pelaksanaan Job Training

Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan di Job Training atau Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan di **PT. Pasundan Utama Televisi. Head Office:** Setrasari Mall B4 No. 68 Jl. Surya Sumantri Telp. 022.2005112 Fax. 022.2005113. **Representative Office:** Grha Kompas Gramedia Lantai 3 Jl. RE. Martadinata No. 46 BANDUNG–

INDONESIA. **Tower:** Jl. Kolonel Masturi Komplek Pemancar Kampung Gandrung Desa Jambudipa-Cisarua. **Website**: www.stv.co.id.