BAB I
PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Kerja Praktek

Selama kerja praktek di PT. Esa Visual Padjadjaran Tivi tugas yang pertama praktikan dapatkan adalah merancang *bumper Underdog Star*. *Underdog Star* merupakan salah satu program acara yang membahas seputar musik indie khususnya musik *underground*. *Bumper Underdog Star* merupakan salah satu bagian dari identitas visual, dan digunakan pada saat acara berlangsung sebagai pengisi jeda antar program acara.

Menurut Mutiaz, R. Intan (:2007:12): Pada mulanya *bumper* hanyalah berupa selingan dalam durasi pendek untuk membedakan jeda antar program televisi. Teknik yang digunakan adalah animasi atau *live shot* (*shot* langsung) dengan menggunakan kamera. Pemunculan *bumper* dilakukan secara berulang, pada umumnya bumper ini hanya muncul dalam hitungan detik antara 3-20 detik, *bumper* juga dapat mempengaruhi persepsi manusia dan juga mampu mempersuasi penonton sama halnya dengan kekuatan iklan televisi. Konsep stasiun televisi tidak lepas mempunyai pola program yang hampir sama dengan radio, dimana menampilkan susunan lagu. Hanya perbedaan dari segi visual saja yang membedakan secara mendasar. Untuk membedakan antar lagu atau iklan dengan lagu maka dibutuhkan pembatas (jeda) agar pendengar dapat mengetahui perbatasan atau akhir dari sebuah lagu atau iklan, dan juga untuk mengingatkan stasiun televisi atau radio yang sedang didengarkan atau dilihat.

Bumper juga sering digunakan untuk memasuki atau keluar dari sebuah acara iklan atau program lain yang juga telah berlangsung. Peranan *bumper* ini sangat penting untuk memandu penonton sebagai tanda atau pengikat dari perpindahan channel stasiun televisi satu ke stasiun televisi lainnya, sehingga penonton tidak kehilangan banyak informasi yang diperlukan pada waktu menonton.

Televisi sebenarnya menggantikan separuh kekuatan retorika dengan kemampuan visual, artinya walaupun media televisi memiliki retorika, namun tradisi visual melengkapi *epistemology* lisan, tulisan, dan retorika. Inilah kemampuan terhebat dari media televisi yang sampai saat ini belum mampu ditandingi oleh media lain. (Burhan Bungin:2001:116)

Dengan kerja praktek di PT. Esa Visual Padjadjaran Tivi praktikan mendapatkan kemampuan yang lebih mendalam tentang kondisi nyata di dunia kerja dan peranan *bumper* pada suatu program acara, sekaligus dapat menambah pengalaman serta menerapkan teori – teori yang telah diberikan pada saat di bangku perkuliahan.

1. 2 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kerja praktek ini, diantaranya :

1. Dapat mengetahui proses pembuatan *bumper* suatu program acara, dari mencari data yang dibutuhkan hingga *bumper* tersebut ditayangkan.
2. Mempelajari secara umum ruang lingkup PJTV Bandung, fasilitas – fasilitas yang dimiliki, serta susunan organisasi yang ada di PJTV Bandung.
3. Memperoleh gambaran nyata tentang proses produksi program acara di PJTV Bandung.
4. Mengetahui sosialisasi etika yang baik dalam tim kerja pada perusahaan dengan klien yang ingin membuat iklan.
5. Mempelajari proses produksi program acara yang ada di PJTV.
6. Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami sistem kerja perusahaan dan terjun atau turut serta dalam proses pembuatan *bumper* dan iklan yang akan ditayangkan.

1. 3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Praktikan mengajukan permohonan kerja praktek ke PT. Esa Visual Padjadjaran Tivi untuk di terima sebagai mahasiswa kerja praktek. Setelah

proses wawancara dengan membawa portofolio, pihak PJTV menyutujui praktikan untuk melaksanakan kerja praktek dibagian *Post Pro* dibawah pimpinan Bapak Romel Hemy sebagai *Post Pro Manager* dari PJTV.

Waktu pelaksanaan kerja praktek berdasarkan surat dari perusahaan selama satu bulan, terhitung mulai tanggal 26 April 2010 sampai dengan 26 Mei 2010.

Penulis melakukan kerja praktek di perusahaan PT. Esa Visual Padjadjaran Tivi yang beralamat di Gd. Be Mall Lt. 1 Blok A Jl. Naripan No. 89 Bandung.

1. 4 Skema Kerja Praktek

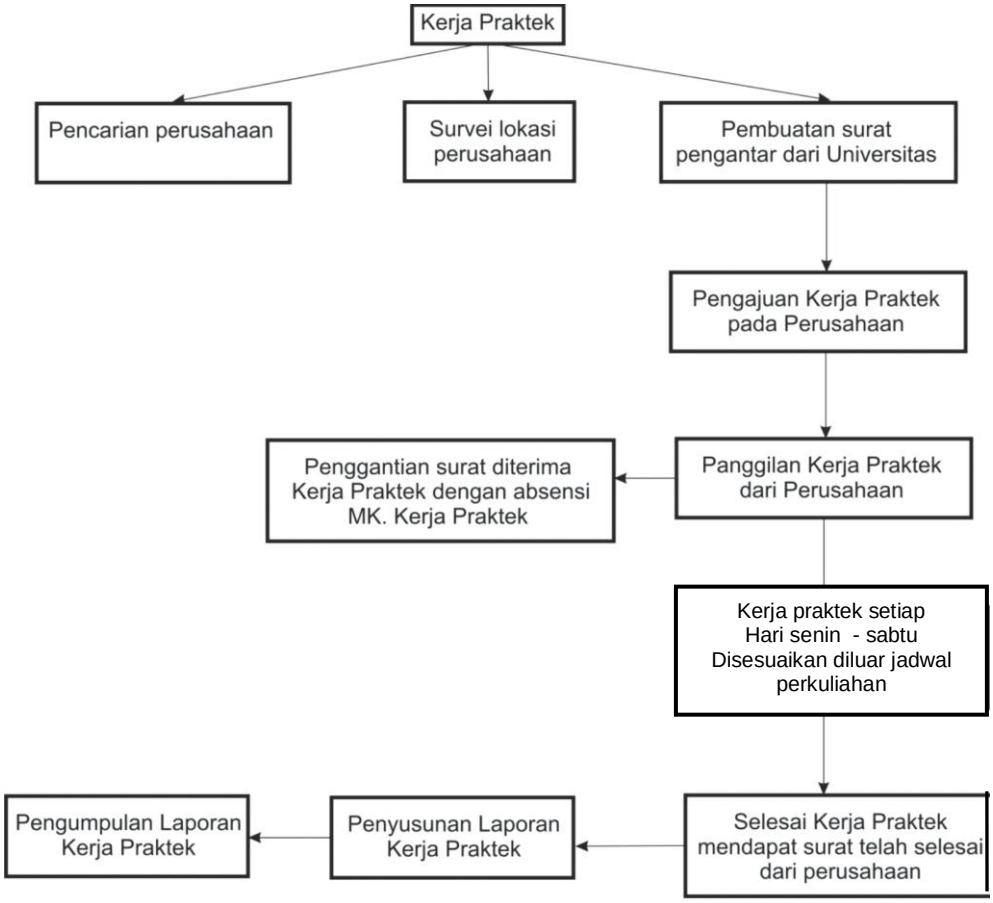


Diagram I.1 Skema Kerja Praktek

BAB II
TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2. 1 Sejarah PJTV Bandung

2.1.1 Lahirnya PJTV

Di kota Bandung pada bulan Maret 2005 lahirlah PT. Esa Visual Padjadjaran Tivi sebagai badan hukum Lembaga Penyiaran Swasta penyelenggara jasa penyiaran televisi yang berbasis stasiun lokal di Bandung Jawa Barat. Yang kemudian dinamakan PJTV, sebagai televisi lokal di Bandung - Jawa Barat yang memfokuskan diri terhadap minat dan keinginan pemirsa di Bandung khususnya dan Jawa Barat Umumnya, Sudah menjadi tekad para pendirinya bahwa PJTV sebagai lembaga penyiaran tetap setia pada prinsipnya dalam menyelenggarakan fungsinya bersikap independen, obyektif, jujur dan mampu berpartisipasi dalam usaha pemberdayaan masyarakat di Jawa Barat.

2.1.2 PJTV Saat Ini

Perkembangan yang pesat dalam tubuh PJTV mengantarkan PJTV untuk lebih kreatif dalam mengkonsep tujuannya, dengan berbagai perubahan untuk sebuah konsep kreatif PJTV berganti nama dari Padjadjaran TV menjadi "Parijz Van Java TV" Dengan didukung dengan tenaga muda dan kreatif serta mempunyai visi yang sama, saat ini PJTV menjadi stasiun televisi yang eksis dan berkembang di Bandung. Dengan semangat untuk mencapai visinya, selain telah banyaknya program - program menarik , menghibur serta mendidik, PJTV adalah stasiun TV lokal pertama yang di bandung yang sudah mengudara kurang lebih 18 jam per hari dan saat ini sedang dalam proses pengembangan yaitu menambah daya pancarnya menjadi 10kw yang tentunya akan menjangkau sebagian besar wilayah Jawa Barat.

2. 2 Profil PJTV

2. 2. 1 Visi

Menjadikan PJTV sebagai stasiun televisi yang terdepan dalam rangka memberikan informasi yang cerdas serta mempunyai kepedulian nyata dalam ikut berperan memajukan lini strategis bagi kemajuan masyarakat, dan ikut berkiprah menjaga keutuhan masyarakat Bandung, Jawa Barat.

2. 2. 2 Misi

- Memberikan Informasi yang lebih kepada masyarakat sekitar melalui program-programnya sesuai dengan kondisi masyarakat Bandung dan sekitarnya.
- Menjadi *Partner* bagi Masyarakat dan Pemerintah Daerah dalam ikut mensukseskan program-program pembangunan untuk kepentingan masyarakat banyak.
- Memberikan nilai tambah bagi potensi peningkatan pendapatan daerah dengan melahirkan usaha-usaha baru dan pendapatan usaha yang semakin meningkat
- Membuat program-program siaran unggulan yang menggambarkan kebudayaan masyarakat Bandung, baik program yang bersifat kesenian, budaya dan pendidikan.
- Menjadi solusi bagi persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat melalui program-program acara yang bersifat *edutainment*.

2. 2. 3 Logo PJTV

Gambar II.1 Logo PJTV

2. 2. 4 Segmentasi *Target Viewer*

Keluarga (*Primary Target* : 10 - 55 *years old*)

Remaja (*Secondary Target* : 15 - 25 *years old*)

2. 2. 5 *Coverage Area* dan Jangkauan

Untuk melayani wilayah Bandung Dan Sekitarnya, maka jangkauan siaran PJTV meliputi seluruh wilayah Kota Bandung, Kab Bandung, Cimahi, Bandung Barat, Cianjur, Sumedang ,Majalengka, Subang, Sebagian Wilayah Garut, Tasikmalaya dan Bogor. Saat ini PJTV sedang dalam proses pengembangan jangkauan siaran yang lebih luas sehingga diharapkan seluruh pelosok Jawa barat akan menerima siaran PJTV dengan baik.

2. 2. 6 Management & Crew

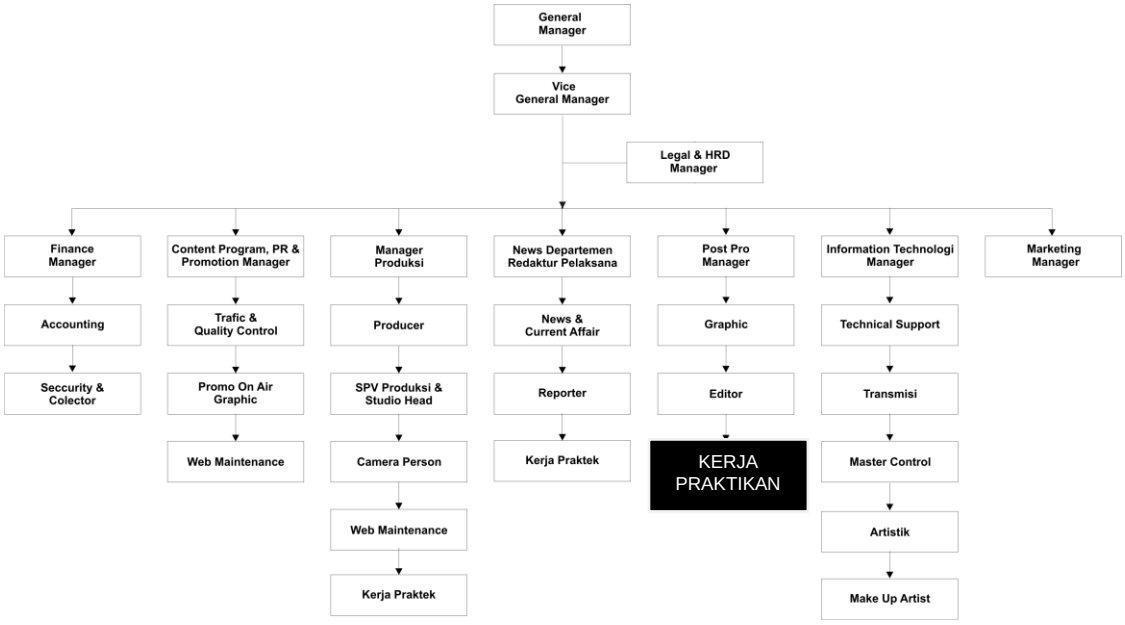


Diagram II.2 *Management & Crew*

2. 2. 7 Alamat PJTV Bandung

HEAD OFFICE

Be Mall (Bandung E-tronical Mall)

Blok A Lantai 1 Jl. Naripan No. 89

Telpon : [022] 84467740

Fax : [022] 84467741

Bandung - 40111 Jawa Barat, Indonesia

STUDIO PRODUKSI

Be Mall (Bandung E-tronical Mall)

Blok J Lantai 1 Jl. Naripan No. 89

Bandung - 40111 Jawa Barat, Indonesia

BAB III
LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan dalam perusahaan.

Praktikan ditempatkan di *Post Pro* bagian grafis, di mana bagian ini bertanggung jawab terhadap pembuatan grafis *bumper* program acara dan juga pembuatan iklan yang diberikan oleh perusahaan maupun perorangan untuk mengiklankan informasi yang ingin disampaikan. Tugas yang diberikan kepada praktikan oleh pembimbing kerja praktek adalah membuat *bumper* " Underdog Star ".

" Underdog Star" merupakan program yang menyajikan program yang ringan, informatif, menghibur dengan kemasan yang berkelas. Setelah sebelumnya sempat dijuluki sebagai barometer *rock underground* di Indonesia, Bandung memang merupakan kota yang menawarkan sejuta gagasan-gagasan cerdas bagi kemajuan *scene underground* Nasional. Banyak band *underground* Bandung yang memuncak di kancah Nasional maupun Internasional. Berangkat dari hal tersebut Underdog Star hadir untuk mendukung lebih berkembangnya *scene underground* di Bandung. Dengan bentuk media publikasi Underdogstar akan mewadahi band-band *underground* Bandung yang berpotensi untuk bisa membuktikan kualitasnya dalam bermusik. "*from nothing to something*" di underdogstar mereka band-band *underground* Bandung akan menunjukan berbagai bentuk totalitasnya dalam bermusik.

Tugas praktikan membuat *bumper* Underdog Star, mulai dari konsep visual, yang terdiri dari tipografi, warna dan logo program acara Underdog Star. Peraktikan dibantu oleh sesama praktikan, manager produksi dan seluruh staf Post Pro PJTV.

.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek di Perusahaan

Dalam pelaksanaan Praktikan selama Kerja Praktek adalah bertanggung jawab dalam perancangan *bumper* Underdog Star, untuk

menyelesaikan tugas ini praktikan memulai dengan melihat contoh – contoh *bumper* yang telah ada, agar memudahkan praktikan dalam mengeksekusi *bumper* Underdog Star. Praktikan menggunakan tipografi dan logo yang di buat sendiri dan memberikan *background* konser musik. Praktikan langsung mengeksekusi dengan bantuan *software* grafis seperti 3dmax 2010, Adobe Photoshop CS3, Adobe Ilustrator CS3, Adobe After Effects CS3 dan Adobe Premiere Pro CS3.

Selain membuat *bumper* Underdog Star praktikan juga membantu divisi Post Pro dalam perancangan *bumper* Kabaret *Show*, Iklan SMK MVP ARS, Iklan SMA Pasundan Bandung, Iklan Primarasa *Bakery and Pastry* dan pembuatan *wallpaper back stage* Ruang Riung.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Sebelum mencari bentuk visual Underdog Star, praktikan memahami lebih dahulu isi dari program acara tersebut serta segmentasi yang dituju, setelah praktikan benar- benar memahami maksud dan tujuannya praktikan memulai mengumpulkan data – data yang dibutuhkan.

Kemudian praktikan membuat logo program acara Underdog StAr terlebih dahulu yang terdiri dari kalimat “ NDERDOG ST R” dan huruf “U” diawal diganti dengan *logogram* dari tangan (*metal*) membentuk “U” huruf dan “A” yang berada disamping Huruf “T” diganti dengan menggunakan bintang (*star*), karena dalam bahasa Indonesia star adalah bintang Dan logo tersebut dibuat dengan menggunakan *software* 3dmax, selanjutnya memadukan logo dengan *background* menggunakan *software* grafis lainnya.

3.4 Perancangan *Bumper* dan Desain Logo Underdog Star

Perancangan *Bumper* dan Logo acara merupakan permintaan dari bagian *Post Pro* yang dikerjakan oleh praktikan.

3.4.1 Konsep Perancangan

Langkah awal yang dilakukan dalam perancangan *bumper* dan desain logo ini adalah sketsa. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam pengerjaan selanjutnya. Sesuai dengan permintaan bagian *Post Pro* yang menginginkan *logogram dan logotype*.



Gambar III.1 Sketsa awal logo

Praktikan memutuskan memilih logo tangan (*metal*) dan bintang (*star*) sebagai logo karena kehadiran teknologi *internet* jelas memberikan kontribusi besar bagi perkembangan *scene* tersebut. Akses informasi dan komunikasi yang terbuka lebar membuat jaringan (*networking*) antar komunitas *underground* semakin luas di Indonesia. Band-band dan komunitas-komunitas baru banyak bermunculan dengan menawarkan *style* musik yang lebih beragam yang nantinya akan menjadi bintang (*star*).

Trend indie label berlomba-lomba merilis album band-band lokal juga menggembirakan. Yang menarik sekarang adalah dominasi penggunaan *idiom indie* dan bukan *underground* untuk mendefinisikan sebuah *scene* musik *non-mainstream* lokal.

Sempat terjadi polemik dan perdebatan klasik mengenai istilah *indie* atau *underground* ini di tanah air. Sebagian orang memandang istilah *underground* semakin biasa karena kenyataannya kian hari semakin banyak band-band *underground* yang *sell-out*, atau itu dikontrak *major label*, mengubah *style* musik demi kepentingan bisnis atau laris manis menjual album hingga puluhan ribu keping. Walaupun terkesan lebih kompromis, istilah indie ini belakangan juga semakin sering digunakan oleh media massa nasional, jauh meninggalkan istilah ortodoks "*underground*" itu tadi jadi praktikan menggunakan tangan menjadi "U" dan bintang "A" yang berdefinisi "*YOU A STAR*".

Penonton lebih suka acara dengan band yang sudah terkenal (*major label*), kebanyakan alasannya adalah *image* dan kualitas musik. Disinilah praktikan semakin memahami, bahwa image suatu acara bukan apa yang dibuat oleh editor, ditayangkan di dalam layar televisi atau apa yang diiklankan oleh stasiun tivi, tetapi apa yang ada di dalam pikiran penonton. Setelah itu praktikan melakukan pembuatan draf awal dalam bentuk sketsa untuk memberikan progres serta laporan kepada bagian *Post Pro*.

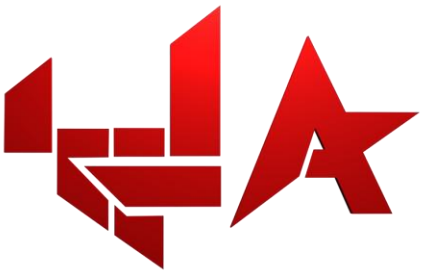


Gambar III.2 Sketsa awal *bumper*

3.4.2 Teknis Perancangan

Setelah pembuatan logo program acara Underdog Star, praktikan melanjutkan dengan membuat *story board* mengerjakan latar belakang (*background*) visual acara tersebut dengan menggunakan program Adobe Photoshop lalu menggunakan Adobe Premiere Pro CS3. *Bumper* dan logo acara terdiri dari gabungan *logogram* dan *logotype*.

3.4.2.1 *Logogram*



Gambar III.3*Logogram*

*Logogram*nya berupa bentuk tangan (*metal*) dan bintang (*star*) sebagian besar band-band *indie* mengusungnya baik dalam karya lagu, pementasan bahkan ada yang membawa idealisme tersebut dalam kehidupannya sehari - hari. Macam-macam jenis idealisme yang di usung band-band *indie* , diantaranya seperti : Idealis terhadap isu anti kemapanan, Idealis terhadap isu anti *major label*, Idealis terhadap isu sosial, politik dan ekonomi bahkan ada yang lebih *extreme* yaitu Idealis dengan *atheisme* atau tidak percaya terhadap adanya

Tuhan. Tetapi untuk *point* yang ke empat ini akan sangat sulit untuk menjumpainya. Berangkat dari idealis tersebut praktikan mencoba membuat *logogram* tersebut.

3.4.2.2 *Logotype*



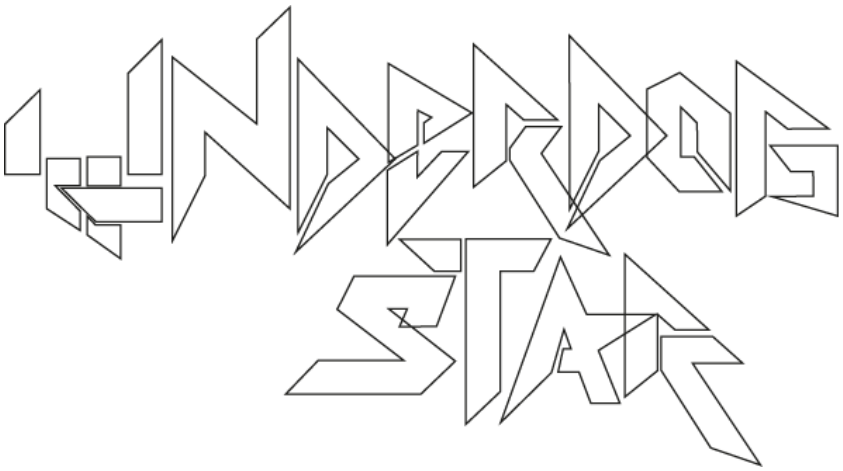
Gambar III.4 *Logotype*

Logotype dari underdog star ini sama bermakna seperti *logogram* yaitu idealis.

3.4.2.3 *Typography*

Dalam kata *Underdog Star* praktikan secara khusus membuatnya dalam proses *digital* setelah sebelumnya dituangkan dalam sketsa. Praktikan membuat huruf dalam kata *Underdog Star* mungkin dan mewakili karakter musik *underground* yang beragam dan bebas. Dimana aliran musik dalam *underground* bisa sangat beragam, ada yang *load voice, midlle voice* sampai yang *slow* itu ada, yang terpenting semangat dalam pembawaannya, sebab semangat atau *spirit*

ini lah yang paling penting "*UNDERGROUND SPIRIT*". ambil contoh, ketika praktikan mendengarkan beberapa buah lagu seperti : Return of zelda-System of a down, Enter sandman-Metallica dan American Idiot-Green day. Yang praktikan tahu ke tiga lagu tersebut sama-sama *load voice*, sama-sama dimainkan dengan peralatan musik yang tidak jauh berbeda jenisnya, tetapi jika ditelisik lebih dalam pasti ada banyak perbedaan yang mencolok dari ke tiga nya, apalagi kalau bukan pembawaan dan spiritnya. Hal ini jugalah yang dapat membedakan jenis musik dan aliran apa yang mereka mainkan. Begitu pula dengan *undergound*, kalau selalu di deskripsikan dengan musik yang keras, tentunya itu salah besar. Karena itu praktikan membuat jenis huruf sendiri yang mewakili musik *underground* agar berbeda dengan logo acara serupa dari stasiun televisi lainnya.

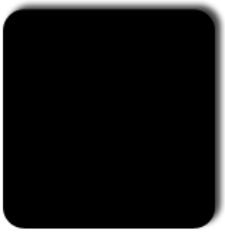


Gambar III.5 *Font costum*

3.4.2.4 Bidang *background*



Gambar III.6 Bidang *Background*



R ; 0
G :0
B :0

Gambar III. 7 Warna *Background*

Bidang *background* berupa *image* konser band *underground*. Hal ini sengaja karena ditengah serunya perdebatan *underground*, *major label* atau *indie label*, ratusan band baru terlahir, puluhan *indie label* ramai- ramai merilis album, ribuan *distro* atau *clothing shop* dibuka di seluruh Indonesia. Infrastruktur *scene* musik *non-mainstream* ini pun kian *established* dari hari ke hari. Seakan tidak peduli lagi dengan polarisasi *indie-major label* yang makin tidak substansial. Bermain musik sebebas mungkin sembari bersenang-senang lebih menjadi gaya sekarang, itu yang mendasari penggunaan *background* tersebut.

3.4.2.5 Warna

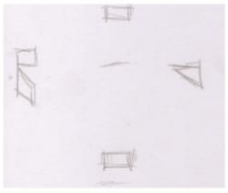
Warna yang digunakan dalam perancangan *bumper* logo Underdog Star antara lain :

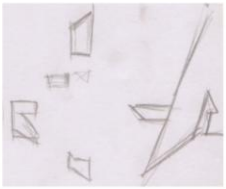
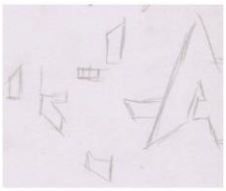


Gambar III.8 Warna yang digunakan

Warna-warna diatas dipilih karena mewakili rasa dan sifat dari musik *underground* itu sendiri. Disamping itu warna warna kontras lebih menarik perhatian penonton, warna kontras tersebut mengirimkan sinyal visual lebih kuat ke otak. Ini berarti kemampuan visual akan lebih baik jika otak mampu menerima sinyal kuat dari warna-warna tersebut.

3.4.2.6 *Story Board*

VIDEO	DURATION	SCRIPT	AUDIO
	00.00.02.00	logogram awalnya pecah	

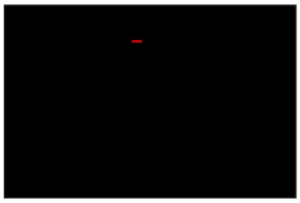
VIDEO	DURATION	SCRIPT	AUDIO
	00.00.04.00	logogram yang awalnya pecah lalu menyatu secara bertahap	
	00.00.06.00	logogram yang awalnya pecah lalu menyatu secara bertahap	
	00.00.08.00	logogram yang awalnya pecah lalu menyatu secara bertahap	
	00.00.10.00	logogram yang awalnya pecah lalu menyatu menjadi satu dari selama 10 detik	
	00.00.12.00	muncul gambar konser musik	
	00.00.17.05	muncul logogram dan logotype UnderdogStar	

Gambar III.9 *Story Board*

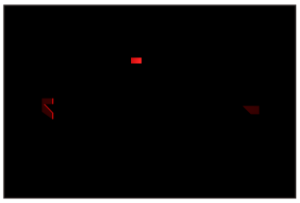
3.4.2.7 Aplikasi

Sesudah mempersiapkan semuanya praktikan lalu mengeksekusinya dimulai dengan membuat logogram dan logotype dengan software 3dmax 2010, Adobe Photoshop

CS3, Adobe Ilustrator CS3, dan Adobe After Effects CS3 lalu meyusunnya di Adobe Premiere Pro CS3.



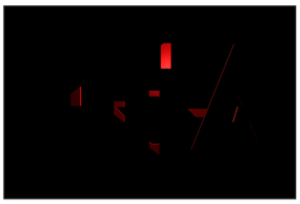
Gambar III.10 Bumper Detik Ke 00:00:01:00



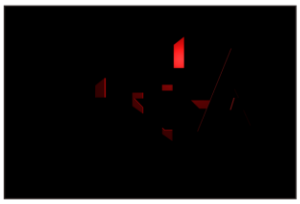
Gambar II.11 Bumper Detik Ke 00:00:02:00



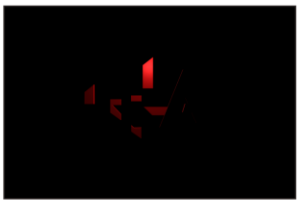
Gambar III.12 Bumper Detik Ke 00:00:03:00



Gambar II.13 Bumper Detik Ke 00:00:04:00



Gambar III.14 Bumper Detik Ke 00:00:05:00



Gambar II.15 Bumper Detik Ke 00:00:06:00



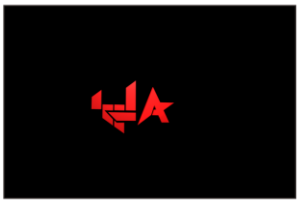
Gambar III.16 Bumper Detik Ke 00:00:07:00



Gambar II.17 Bumper Detik Ke 00:00:08:00



Gambar III.18 Bumper Detik Ke 00:00:09:00



Gambar II.19 Bumper Detik Ke 00:00:10:00



Gambar III.20 Bumper Detik Ke 00:00:11:00



Gambar II.21 Bumper Detik Ke 00:00:12:00



Gambar III.22 Bumper Detik Ke 00:00:13:00



Gambar II.23 Bumper Detik Ke 00:00:14:00



Gambar III.24 Bumper Detik Ke 00:00:15:00



Gambar II.25 Bumper Detik Ke 00:00:16:00



Gambar III.26 Bumper Detik Ke 00:00:17:00



Gambar II.27 Bumper Detik Ke 00:00:17:05

Gambar III.28 Hasil Akhir (*Frame/s*)

Bumper untuk program acara Underdog Star telah selesai dikerjakan, dan praktikan menyimpan dengan format AVI. Durasi untuk *bumper* ini adalah 17,5 detik (tujuh belas koma lima detik), dengan ukuran video disesuaikan dengan umumnya penyiaran di televisi yaitu 720 X 560 pixel.

BAB IV
KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan laporan kerja praktek diatas yakni tentang Perancangan *Bumper* dan Desain Logo Underdog Star, praktikan dapat mengambil kesimpulan bahwa identitas suatu acara dan desain logonya berpengaruh dalam sebuah pencitraan acara tersebut, yang menggambarkan karakter dan program acara. Logo acara tersebut menjadi sebuah pengakuan, kebanggan, inspirasi kepercayaan, kehormatan, kesuksesan, loyalitas dan keunggulan yang tersirat kedalam suatu bentuk atau gambar.

Banyak pengalaman dan ilmu baru yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktek di PT. Esa Visual Padjadjaran Tivi yang membuat penulis merasakan betapa beratnya persaingan di dunia kerja, namun hal itu justru membuat penulis bersemangat untuk mempersiapkan diri ketika memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

Kreatifitas serta inovasi dan singkatnya batas waktu yang di berikan, membuat penulis sadar akan pentingnya kedisiplinan dalam menyelesaikan sebuah tugas sesuai batas waktu yang diberikan, dengan hasil yang maksimal adalah salah satu penilaian terbesar yang sangat mempengaruhi bagi penulis terhadap atasan, *manager* dan *client* dalam pembuatan *bumper* dan iklan.

Dengan mengikuti mata kuliah kerja praktek ini penulis memahami bahwa dunia kerja bisa menjadi salah satu wujud nyata dalam pengaplikasian ilmu-ilmu atau teori yang telah didapat di bangku kuliah, selain untuk mengaplikasikan kemampuan kita dalam dunia kerja dan lebih membutuhkan orang yang mempunyai loyalitas dan kedisiplinan serta kemampuan dalam menyelesaikan tugas dengan hasil maksimal dalam waktu yang singkat. Selama bekerja penulis sangat menikmati proses pengerjaan tugas yang di berikan oleh pembimbing kerja praktek kerena diberi masukan tata cara mendesain yang lebih baik dan

keramahan karyawan dan karyawati selama melaksanakan kerja praktek sehingga penulis tidak merasa terlalu terbebani oleh tugas tersebut.

Berbeda selama melaksanakan perkuliahan, dunia kerja cenderung dituntut lebih cepat karena setiap harinya diberikan pekerjaan-pekerjaan baru dan kadang tidak terduga. Meski begitu Penulis selalu bersikap optimis dan percaya diri dapat menyelesaikan tugas tersebut dengan didasari kemampuan yang penulis miliki.

DAFTAR PUSTAKA

Pariz Van Java TV. (2010). *Program Acara.* Diakses pada 19 Juni 2010. W.W.W : pjtv.co.id

Mutiaz, R. Intan. (2007). *Cara Wimba Dan Tata Ungkap Bumper MTV.* Diakses pada 19 Juni 2010. W.W.W : fsrd.itb.ac.id

Bungin, Burhan. (2001). Erotika Media Massa, Muhammadiyah University Press, Surakarta

Wikipedia. (2010). *Logo*. Diakses pada 7 Juli 2010. W.W.W : wikipedia.com

LAMPIRAN