BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Segala macam globalisasi informasi, media massa, hiburan, ilmu pengetahuan, barang, jasa, atau lain-lain sebenarnya merupakan bagian dari perkembangan yang lebih luas, yang saling terkait satu sama lain dan mencakup segala bidang kehidupan. Dalam makna yang lebih luas itu globalisasi merupakan transformasi sosial budaya dalam lingkup global. Prosesnya begitu rupa sehingga dapat mendorong perubahan pada nilai-nilai sosial budaya. Dengan demikian, globalisasi dapat pula mengubah prilaku, gaya hidup dan struktur masyarakat menuju ke arah kesamaan (konvergensi) global menembus batas-batas etnik, agama, daerah, wilayah, bahkan negara. Sampai kemana jauh batas-batas tradisional pada akhirnya benar-benar dapat ditembus, akan tergantung pada perkembangan dan transformasi sosial budaya yang terjadi pada tingkat nasional atau lokal.

Transformasi global tentu tidak dengan sendirinya atau selalu merupakan sesuatu yang positif. Ada nilai-nilai dasar dan ciri-ciri sosial budaya yang mencerminkan jati diri sesuatu masyarakat atau bangsa, atau yang terkait dengan kekhasan lingkungan yang tidak mungkin disesuaikan. Transformasi ke arah yang positifpun belum tentu dapat terjadi dengan sendirinya, umpamanya bila tidak didukung oleh nilai, sikap atau kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan baru yang diinginkan.

Bersamaan dengan penyelenggaraan Asian Game keempat tahun 1962 siaran televisi dipancarkan. Saat itu hanya ada stasiun televisi yaitu TVRI. Saat itulah masyakat Indonesia dapat menikamati tayangan televisi. Hampir dasawarsa kemudian, pertelevisian Indonesia kian marak dengan kehadiran televisi swasta yaitu TPI, RCTI, SCTV, ANTeve dan Indosiar, kehadiran televisi dalam kehidupan masyatakat telah membuat pola kehidupan baru.

Keunggulan-keunggulan tersebut harus didukung dengan proses produksi yang baik. Manajemen produksi yang baik dimulai dari perencanaan sampai pada tingkat persiapan akhir pelaksanaan produksi.

Proses produksi merupakan memiliki beberapa tahapan yang harus diperhatikan dengan cermat. Produksi televisi membutuhkan banyak satuan kerja demi satu tujuan menghasilkan gambar sesuai dengan perencanaan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih TVRI Jabar dan Banten sebagai tempat untuk melaksanakan Kerja Praktek. Kerja Praktek itu sendiri merupakan kegiatan mahasiswa untuk belajar dan mendapatkan pengalaman kerja praktis pada perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis (barang atau jasa). Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam rangka menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Selama mengikuti Kerja Praktek, penulis benar-benar bekerja sebagai tenaga kerja di TVRI Jabar dan Banten. Hal tersebut dilakukan agar penulis dapat secara langsung melihat dan merasakan apakah teori yang selama ini didapatkan dibangku kuliah sesuai dengan praktek di lapangan. Selain itu, Kerja Praktek juga diharapkan dapat memberikan pelajaran mental kepada penulis agar dapat menyiapkan diri untuk berkomunikasi dengan banyak orang di dunia kerja suatu hari nanti.

1. 2 Tujuan Kerja Praktek

Penulis melakukan Kerja Praktek dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui proses produksi yang dilakukan di TVRI Jabar dan Banten.
2. Mengetahui satuan kelompok kerja produksi di TVRI Jabar dan Banten.
3. Mengetahui tugas dan tanggung jawab satuan kelompok kerja produksi.
4. Melatih aplikasi teori dalam dunia kerja.

1. 3 Proses dalam Kerja Praktek

Kegiatan Kerja Praktek berlangsung selama satu bulan, terhitung sejak tanggal 1 September 2004 sampai dengan 30 September 2004, di PT. Televisi Republik Indonesia (Persero) Stasiun Jawa Barat dan Banten, Jl. Cibaduyut Raya, Bandung.. TVRI Jabar dan Banten merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa hiburan.

Pada pelaksanaan Kerja Praktek, penulis ditempatkan di Departemen Program, Pemasaran, Penjualan, Kendali Mutu dan Penunjang Produksi (PPPKMPP).

1. 4 Sistematika Pembahasan

Penulis melakukan kegiatan Kerja Praktek ini dengan menggunakan pendekatan observasi partisipatoris dimana penulis melakukan secara langsung tugas-tugas setiap satuan kerja di Departemen Program, Pemasaran, Penjualan, Kendali Mutu dan Penunjang produksi. Selain itu penulis juga melakukan wawancara untuk mendapatkan data sekunder (informasi pelengkap).