BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Sejarah Perusahaan

Sunda Televisi merupakan buah kreativitas dari Prima Entertainment yang mulai mengudara tanggal 18 Maret 2005, di Channel 34 UHF. 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.

Sejak 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 wujud STV Bandung sebagai stasiun televisi lokal yang terbuka, tanpa adanya batasan. STV merupakan jaringan dari Kompas TV, terhitung sejak 9 September 2011, sebanyak 70 % *content* siaranya diisi oleh siaran Kompas TV dan sisanya diisi oleh *content* lokal dengan tetap mengangkat

kearifan lokal sebagai ujung tombak kualitas isi siaran, dengan supervisi dari Jakarta sebagai Induk Jaringan.

STV menyadari akan persaingan program yang kini marak didunia pertelevisian, tidak terkecuali televisi lokal yang kini pertumbuhannya sangat pesat dibeberapa daerah di Indonesia. STV selalu mengedepankan kebutuhan yang diinginkan masyarakat Jawa Barat. STV mencoba menggabungkan kontradiksi antara budaya lokal dan modern dengan mengemasnya menjadi satu program tontonan yang penuh sentuhan kreatifitas anak muda Bandung, sehingga selalu menarik perhatian dan merebut hati pemirsanya. Berikut adalah persentase penggolongan program-program STV :

- News & Information : 30 %
- Knowledge, Adventure, Travel & Living : 30 %
- Entertainment : 40 %

Tak kenal maka tak sayang, itulah ungkapan yang melatarbelakangi STV untuk lebih saling mengenal pemirsanya. Berbagai upaya demi memenuhi keinginan pemirsanya selalu dilakukan STV, karena itu selain on air kegiatan off air pun tak kalah pentingnya. Animo masyarakat dalam berbagai *event* STV selalu mendapat sambutan luar biasa, sehingga acara yang diselenggarakan dapat berlangsung sukses.

1.1.1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

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

Misi :

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

1.2. 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



Gambar 1.2

Logo Kompas TV



Sumber : Arsip PT. Pasundan Utama Televisi (STV) Bandung

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 produk
  - ❖ Menciptakan sikap baru pemuda Bandung dan membuat kota lebih ceria dengan program-program kami.

1.3. 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 **One 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.

1.3.1. Budaya STV Bandung

Secara umum semua karyawan STV ini masuk kerja pada jam 8 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.

1.4. Sejarah Divisi *programing* PT. Pasundan Utama Televisi (STV) Bandung

Berdirinya divisi program sama dengan berdirinya dan tayang pertama kalinya stv tanggal 18 maret 2005. *Programming* adalah:

- Dari sudut pemirsa *programming* adalah proses penyediaan materi siaran yang sesuai keinginan dan kebutuhan pemirsa yang dapat di tonton pada waktu yang paling sesuai bagi mereka.
- Sedangkan bagi station TV, *programming* adalah mendapatkan dan mengembangkan program serta menjadwalkan penyiarannya agar dapat menarik sebanyak mungkin pemirsa dan bersaing dengan seluruh *competitor*.

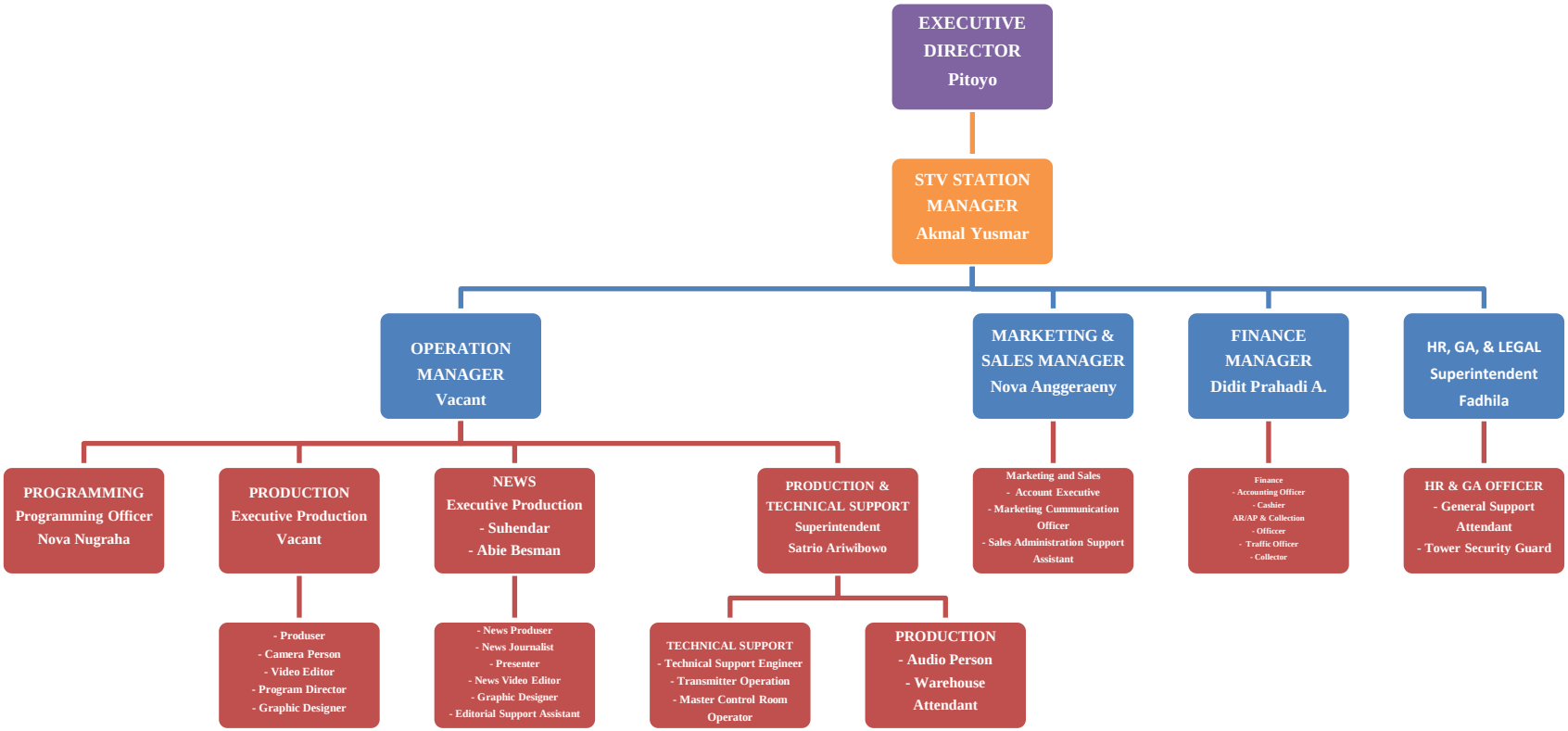
1.4.1. Hal Penting Dalam *Programming*

Hal yang penting diperhatikan dalam *programming* antara lain :

- Jangkauan siaran
- *Audience research*
- Penjadwalan (pola waktu masyarakat, target *audience*, dan lain lain)
- Isi program
- Konteks program
- Variasi program
- Kombinasi terbaik (optimal) anata idealism dan kepentingan bisnis (profit).

1.5. Struktur Perusahaan

STV STATION
ORGANIZATION STRUCTURE



Sumber : PT. Pasundan Utama Televisi (STV) Bandung

1.6. *Job Deskription*

Dibawah ini adalah *Job Description* dari struktur Organisasi STV Bandung:

1.6.1. General Manager

Memantau segala bentuk perkembangan aspirasi publik, serta merumuskan strategi dan langkah-langkah penangangannya untuk menghadiri terbentuknya opini publik yang "*unfavourble*" terhadap perusahaan. Menjalankan fungsi kontrol radio secara keseluruhan, menjalankan kontrol khusus terhadap masalah keuangan, mengambil keputusan dan kebijakan yang menyangkut masalah keuangan, mengambil keputusan yang sifatnya berkaitan dengan kepentingan perusahaan, mengambil keputusan darurat yang dirasakan perlu.

1.6.2. Profesi di bidang Berita

1. *News Director* (Eksekutif Produser)

   Pengawasan, koordinasi dan evaluasi terhadap penampilan seluruh staff pemberitaan adalah merupakan tanggung jawab utama *News Director*. Sebagian besar departemen pemberitaan stasiun televisi memiliki 10 atau 12 orang staf. Tetapi di beberapa stasiun televisi komersial, memiliki staf pemberitaan lebih dari 40 orang yang meliputi *anchor,* komentator Olahraga, Reporter Cuaca, Penulis Berita (*reporter*), film dan *video camera operator*. *News director*, karena itu harus mampu mengawasi, berkomunikasi dengan tim pemberitaan yang memiliki *personality* yang sangat kuat, dan memutuskan

peristiwa mana yang terbaik dari beberapa sumber yang tersedia layak sebagai materi berita.

2. *Assistant News Director* (Produser)

Sebagian besar stasiun televisi komersial dan juga di stasiun televisi publik pemperkerjakan *Assistant News Direktor* (*AND*). AND bertanggung jawab menyeleksi dan menugaskan reporter, penulis naskah dan komentator untuk beritadan peristiwa khusus. Ia memonitor semua penguasaan dan aktivitas utama setiap warta berita dan menyusun pekerjaan secara bergiliran terhadap tugas-tugas di *newsroom* setiap saat. ADN juga bertanggung jawab untuk setiap penugasan dan juga menyeleksi setiap segmen materi berita yang akan disiarkan.

Sebagian besar tugas-tugas diluar kenormalan, setiap hari secara rutin AND berkonsultasi dengan *News Director*. AND selalu menanggung tugas pengawasan secara lengkap terhadap staf pemberitaan, ketika *News Director* sedang berada di luar stasiun.

3. *Assistant* Redaksi

Melakukan tugas-tugas kantor secara umum di *newsroom.* Termasuk menjawab pertanyaan melalui telepon dan menerima pesan dari anggota staf *newsroom* serta mendistribusikan surat, menerima pesanan kantor serta mengelola naskah berita dan surat-surat masuk. Ia juga bertanggung jawab untuk pengisian kembali kertas facsimile dan

mengumpuilkan fax berita yang masuk untuk didistribusikan kepada *News Writers* dan *Reporter*.

1.6.3. Profesi di bidang produksi

1. *Producer*

   Producer adalah seorang yang bertanggung jawab terhadap perencanaan suatu acara siaran. Seperti pada penjelasan awal, bahwa lima acuan siaran yang pertama adalah ide. Ide ini dapat langsung dari *producer* atau dari orang lain, selanjutnya ide ini dituangkan menjadi suatu naskah setelah sebelumnya dikumpulkan data-data yang diperlukan, penulis naskah melaksanakan tugasnya sesuai dengan format yang telah direncanakan. Seorang *producer* harus mempunyai kepekaan dalam hubungannya dengan kepentingan khalayak penonton sehingga setiap ide yang diproduksi dapat mewakili kepentingan penonton.

2. *Director / Program Director* (Pengarah Acara)

   Program director (Pengarah acara) adalah orang yang mempunyai profesi untuk melaksanakan ide dari producer menjadi suatu karya *audio visual*. Naskah dari producer harus dapat diterjemahkan oleh pengarah acara ke dalam suatu susunan gambar dan suara. Pengarah acara bertugas untuk mengatur dan mengendalikan produksi suatu acara siaran hingga pada penayangannya.

   Dalam melaksanakan tugasnya, pengarah acara bertindak sebagai pimpinan dan panutan dari seluruh kerabat kerjanya, karena itu ia

harus bertindak secara konseptual. Tugas yang kompleks dari seorang pengarah acara pada umumnya tidak bisa ditangani sendiri, oleh karena itu pengarah acara selalu dibantu oleh *assistant* pengarah acara (*assistant director*).

3. *Technical Director* (TD)

   Technical Director adalah seorang yang bertanggung jawab penuh dalam mempersiapkan segala peralatan dan tenaga teknik yang diperlukan dalam setiap produksi acara siaran televisi. Ia juga selalu memberikan saran yang bersifat teknis kepada *Program Director* (Pengarah Acara) pada saat pertemuan produksi.

4. *Floor Director* (FD)

   Floor Director biasanya dirangkap oleh *Assistant Director* yang merupakan wakil Pengarah Acara di dalam studio, dimana FD akan bertindak sebagai penghubung dalam menyampaikan pesan-pesan Pengarah Acara kepada kerabat kerja dan para artis berupa tanda-tanda saat akan di mulai dan berakhirnya suatu adegan atau suatu acara.

5. *Lighting Director*

   Lighting Director bertanggung jawab terhadap keberhasilan tata cahaya di studio baik secara artistik maupun membuat keadaan natural sesuai dengan tuntutan naskah.

6. *Audio Technician* (Penata Suara)

   Penata Suara yaitu petugas teknisi yang mempunyai profesi khusus mengatur perimbangan suara dari berbagai sumber, dengan jalan melakukan perekayasaan dalam penempatan *mikrofon* dan mengatur *level* suara melalui peralatan *audio system*.

7. *Switcher*

   Switcher bertugas untuk pergantian gambar baik atas permintaan Pengarah Acara atau sesuai dengan *shooting script* yang telah disusun sebelumnya.

8. *Editor* (Penyunting / Pemadu Gambar)

   Editor bertugas untuk menyeleksi, memadukan gambar dan suara sesuai dengan naskah atau *shooting script*, agar gambar dan suara menjadi sinkron dan menjadi suatu paket acara siaran sesuai dengan yang di kehendaki oleh naskah.

9. *Camera Operator*

   Adalah orang yang mengoperasikan kamera guna menghasilkan gambar sesuai dengan perintah Pengarah Acara atau tuntutan *shooting script*. Itu sebabnya seorang kamerawan adalah tangan kanan Pengarah Acara, karena harus selalu berhubungan agar memudahkan untuk menginterpretasikan rasa seni yang dimiliki oleh seorang Pengarah Acara. Seorang kamerawan harus mempunyai rasa seni, terutama seni komposisi gambar. Dengan adanya rasa seni atau *sense*

of art dari seorang kamerawan maka akan membantu menghasilkan sebuah karya artistik *audio-visual* yang tinggi.

Sebenarnya masih banyak lagi kerabat kerja lainnya yang terlibat dalam suatu produksi acara siaran televisi seperti Penata Rias, Penata Busana, Unit Manajer, dan lain-lain. Itu semuanya dalam pelaksanaannya di bawah kendali Pengarah Acara. Oleh sebab itu, Pengarah Acara sebagai orang pertama dalam pelaksanaan produksi harus memiliki kemampuan *Human Relations* yang baik di dalam menghadapi kerabat kerjanya.

1.6.4. Profesi di bidang Program

1. Programming

- pemantauan dan pengkajian kecenderungan masyarakat dan *competitor* serta mengelola persaingan
- penyusun pola acara dan karakteristik acara
- penetapkan sumber program
- pemilihan dan menetapkan program
- pengembangan program
- penyusun acara harian *(rundown)*
- penilaian bahan siaran
- pemantauan siaran

2. Traffic

Mengatur jadwal iklan dan bertanggung jawab atas penayangan iklan, menghandle kontrak dengan sponsor, mengontrol apakah iklan terputar baik setiap jam siarannya.

1.6.5. Profesi di Bidang Marketing

1. *Finance*

Bertanggung jawab atas alur keuangan di kantor.

2. *Manager Marketing*

Mengatur semua kegiatan *account excecutive* dan *public relation*, bertanggung jawab terhadap operasional marketing sehari-hari, menjalin hubungan dengan mitra bisnis stau klien, melaksanakan tugas personalia terhadap karywan-karyawan bawahannya, mengambil keputusan-keputusan yang menjadi wewenangannya.

1.7. Target Penonton

Secara demografis, Bandung adalah ibukota Provinsi Jawa Barat yang ada di Indonesia dan merupakan salah satu kota besar yang berpotensi, dimana masyarakatnya pun terdiri dari berbagai golongan. Meskipun demikian STV sangat mengerti akan kebutuhan tersebut, sehingga 80% dari program-program yang disajikan adalah untuk semua kategori usia termasuk kategori yang memerlukan adanya bimbingan orangtua.

Sedangkan segmentasi pembagian penonton diantaranya terbagi untuk semua jenis golongan masyarakat, terutama untuk keluarga, dan untuk golongan masyarakat menengah kebawah dan menengah keatas. Secara *psychographic*,

masyarakat Jawa Barat sangat terbuka akan adanya perbedaan ataupun golongan, terbukti Bandung memiliki kemampuan untuk dijadikan *trend-setter* karena kelebihannya akan daya tarik luar biasa dalam berbagai bidang. Selain itu masyarakatnya pun memiliki tingkat sosialisasi yang tinggi, percaya diri, komunikatif, berani dalam mengambil keputusan, berjiwa muda, elegan, dinamis, kreatif, penuh energi, bertalenta, ekspresif, agresif dan juga memiliki tingkat fanatik yang cukup tinggi terhadap dunia *entertaiment,* dimana segmen anak muda pun merupakan target penonton STV.

1.8. Jangkauan STV

Secara bertahap STV berusaha memperluas jangkauan siarnya. Saat ini dengan kekuatan pemancar 10 KW pada Chanel 34 UHF dengan Frek 575.25 Mhz, STV dapat menjangkau radius 70 Km (jarak udara) atau menjangkau daerah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Sebagian Subang, Lembang
- Sebelah Barat : Cimahi, Cianjur, Sebagian Sukabumi, Batujajar, Padalarang, Warungkondang, Sukaraja.
- Sebelah Selatan : Soreang, Ciwidey, Dayeuhkolot, Pameungpeuk, Pangalengan.
- Sebelah Timur : Ciparay, Cicalengka, Majalaya, Sebagian Majalengka, Sebagian Sumedang.

1.9. Sarana dan Prasarana

Tabel 1.1

Sarana 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 Wardrobe	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
16	Lift	1

Sumber : Arsip PT. Pasundan Utama Televisi (STV) Bandung

Tabel 1.2

Prasarana PT. Pasundan Televisi Utama (STV Bandung)

No	Nama Barang	Jumlah	Keterangan
1	Komputer	20 Unit	Kondisi baik dan terhubung dengan Internet
2	Meja Rapat	2 buah	Kondisi baik dan bersih
3	Meja Kerja	30 buah	Kondisi baik dan bersih
4	Kursi	50 buah	Kondisi baik dan bersih
5	Kamera Foto	4 unit	Kondisi baik dan single Lens Reflex (SLR)
6	Kamera Film	12 unit	Kondisi baik
7	Televisi	10 Unit	Kondisi baik
8	White Board	2 buah	Kondisi baik dan bersih
9	Telepon	8 unit	Kondisi baik dan bersih
10	Faksimili	3 unit	Kondisi baik dan bersih
11	Dispenser	2 unit	Kondisi baik dan bersih
12	Mobil Operasional	4 unit	Kondisi baik
13	Motor Operasional	2 unit	Kondisi baik

Sumber : Arsip PT. Pasundan Utama Televisi (STV) Bandung

1.10. Lokasi dan Waktu Peraktek Kerja Lapangan

1.10.1. Lokasi

Lokasi pelaksanaan praktek kerja lapangan bertempat di Kantor STV Bandung yang terletak di Grha Kompas Gramedia Lt. 3, Jl. RE Martadinata no 46, Bandung.

1.10.2. Waktu Praktek Kerja Lapangan

Dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan, tanggal saya lebih cepat dari yang lain yaitu dimulai pada tanggal 3 Juni 2013 sampai 15 Juli 2013 setiap

Senin dan Kamis per minggunya. Lalu dilanjutkan lagi sesuai jadwal dari kampus mulai tanggal 16 Juli 2013 sampai tanggal 2 Agustus 2013 yang dilakukan setiap hari Senin-Jumat perminggunya dengan jam kerja pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB.