

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam masyarakat modern media massa masih mendapat posisi penting dalam kehidupan sehari-hari, hal itu dipertegas dengan sifat manusia sebagai makhluk sosial, yang selalu ingin tahu dan haus akan informasi. Media massa merupakan salah satu alat bantu untuk berkomunikasi dengan sasaran massa yang banyak atau dapat disebut sebagai alat komunikasi satu arah. Informasi yang disebarkannya disampaikan secara menyeluruh dan bersamaan ke sebuah medium, yang nantinya penerima atau *receiver* yang menggunakan medium tersebut dalam menikmatinya dalam bentuk pesan. Seperti yang dikatakan oleh Nurudin dalam bukunya yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen (Nurudin, 2013: 9). Di era modern saat ini media massa mempunyai berbagai macam jenis medium yaitu koran, radio, televisi, dan internet.

Peran media massa yang begitu besar dan tidak dapat dilepas begitu saja dalam kehidupan masyarakat, membuat salah satu fungsinya sebagai anjing penjaga dalam lembaga pemerintahan yang kini masuk kedalam kebutuhan primer mereka. Dari sekian banyak macam media massa, media radio adalah salah satu media elektronik yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut Anwar Arifin, radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya atau terbuka dan menyalurkan gelombang yang

berbunyi, berupa program-program yang teratur dan berisi aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.

radio sudah ada di Indonesia sejak jaman Hindia Belanda hingga saat ini, radio merupakan salah satu media massa untuk menyampaikan informasi terkini. Radio juga mempunyai berbagai program acara yang dimana para pendengar juga bisa ikut berinteraksi didalam proram tersebut. Disisi lain radio juga menjadi media promosi mulai dari lagu dari musisi yang baru *release* serta radio juga menjadi sebagai media *partner* untuk sebuah event, dari event kecil hingga event besar.

Di jaman modern ini, media massa sangatlah menguntungkan untuk sebagai media promosi dan media sponsor. Dimana para *Event Organizer* sangat memerlukan media massa untuk menjadi media dalam hal promosi sebuah event. Media promosi ada banyak seperti poster, iklan bahkan video eventnya seperti apa.

M Radio merupakan salah satu anak dari dari Suara Surabaya yang dimana merupakan salah satu radio tertua di Surabaya. Suara Surabaya memiliki salah satu program acara yang bernama Jazz Traffic yang pertama kali *on air* sejak 1983 hingga sekarang, dan sejak 2011 Jazz Traffic di buat sebagai event tahunan yang mengundang ratusan musisi di 1 tempat dan dalam 3 *stage* yang berbeda. Di tahun 2016 Jazz Traffic Festival berlangsung di Grand City, ada 3 stage yaitu di lapangan *outdoor*, di *Convesial Hall* dan di *Exhibition Hall*, dan telah mengundang ratusan musisi dan ada begitu banyak penggemar maupun penikmat musik yang datang ke Jazz Traffic Festival 2016.

M Radio yang sebagai salah satu media *partner* juga mempunyai panggung kecil yang berlokasi di dekat *stage* lapangan *outdoor*. M Radio juga menampilkan beberapa musisi di dalam panggung M radio sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Dari Uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada Laporan Kerja Praktik ini adalah, bagaimana proses pembuatan video *aftermovie* Jazz Traffic Festival 2016 *day 1*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Seputar acara Jazz Traffic Festival 2016.
2. Proses pembuatan video *aftermovie* Jazz Traffic Festival 2016 *day 1*

1.4 Tujuan

Setelah mengetahui rumusan masalah, maka tujuan pun dapat di tentukan.

Tujuan dari kerja praktek mengenai proses produksi ini antara lain:

1. Memberikan pengetahuan seputar praktek kerja mengenai proses produksi dalam pembuatan video *aftermovie* Jazz Traffic Festival 2016 *day 1*
2. Menerapkan materi-materi yang telah dipelajari dari mata kuliah di perkuliahan.

1.5 Manfaat

Setelah mengikuti kerja praktik, manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Pribadi

- a. Mengetahui proses pengerjaan serta teknik dalam pembuatan video *aftermovie*.
- b. Menambah pengalaman kerja di bidang Multimedia.
- c. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan
- d. Membentuk sikap kerja profesional, kritis serta memahami *deadline* kerja.
- e. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.

2. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.
- c. Memudahkan instansi/perusahaan dalam mencari tenaga kerja di bidang multimedia.
- d. Membantu instansi/perusahaan dengan menjadi kru sementara.

3. Manfaat bagi Akademik

- a. Mengaplikasikan keilmuan multimedia pada produksi berita pertelevisian

- b. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.
- c. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri.

