

## **PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI PENCETAK INSAN KREATIF DAN HANDAL DI DUNIA PERTELEVISIAN <sup>1</sup>**

**Handriyotopo**

Dosen Program Studi S1 Televisi dan Film, FSRD

Institut Seni Indonesia Surakarta

Jl. Ringroad-Mojosongo, Surakarta 57127

E-mail : handriyo@isi-ska.ac.id

### **ABSTRACT**

The growth of the television industry is quite rapid and gives a significant impact on the growth of the audiovisual information media . No exception that in this industry also demands a reliable and creative human resources in preparing and developing the contents of the program. Qualified human resources is the key word to be prepared in facing global competition in the television media industry. The power of television is still able to hypnotize for everyone to search for information and entertainment. Considerable opportunities of this in the end gives a pretty good chance for those who want to engage in the creative industry of television programs. It is not surprising then that many emerging courses offered employment in the industry. Not only at the level of vocational but also on the level of D4 and S1 program broadcasting, television, and film.

**Keywords:** opportunities, television industry, human resources

### **PENDAHULUAN**

Dunia industri pertelevisian nasional mulai menggeliat seiring dengan semakin tumbuh berkembangnya industri hiburan dan teknologi informasi yang berkembang pesat. Media televisi sebagai media yang sangat akrab muncul setelah radio di akhir abad 21. Dari sisi teknologi siaran dan frekuensi atau saluran penyiaran juga mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan setelah adanya

regulasi berupa UU RI No. UU no 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Semenjak kemunculannya pertama kali ketika acara ASEAN Games di Jakarta tahun 1962 dan semenjak siaran swasta yang mulai tumbuh berkembang di jaman orde baru, sampai dengan pasca reformasi saat ini sudah lebih dari 12 televisi nasional mengudara dan televisi lokal berjaringan pun tumbuh dengan baik di daerah-daerah.

Melihat fenomena di atas bahwasannya industri pertelevisian ini tentunya membutuhkan SDM yang cukup memadai, tidak hanya sekedar penguasaan teknis tetapi SDM handal yang mampu untuk bisa menyusun sebuah konten program televisi yang diminati masyarakat luas sesuai dengan segmentasinya.

Industri media televisi ini tidak lepas dari keterlibatan masyarakat sebagai

subjek dan objek, artinya masyarakat diharapkan juga memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri ini. Tumbuhnya industri pertelevisian juga tidak lepas dari industri periklanan itu sendiri yang mampu mempromosikan kegiatan perekonomian dan informasi lainnya seperti pendidikan, kegiatan sosial serta pemerintah maupun swasta.



Gambar 1. Logo stasiun TV lokal dan programnya  
(Sumber: <http://myakise.blogspot.com>)

Tidak bisa dipungkiri bahwasanya penyediaan SDM yang cukup dan memenuhi keinginan pasar adalah harapan dari *stakeholder*. Tumbuh kembangnya industri pertelevisian ini akhirnya juga bermuara pada, **Pertama**, jika dilihat dari jumlah jam siarannya, maka dari 10 televisi swasta saja, yang sebagian besar bersiaran

24 jam perhari kita bisa menghitung berapa sebenarnya kebutuhan materi siar secara total dari seluruh stasiun yang ada, yaitu 240 jam per hari, yang artinya juga 7200 jam per bulan atau 86400 jam per tahun. **Kedua**, ketersediaan kebutuhan tenaga kreatif di bidang produksi program televisi. Untuk menyiapkan sebuah

program berdurasi 1 jam di televisi setidaknya membutuhkan persiapan selama 4-7 hari kerja. Dan untuk setiap produksi program televisi dalam format apapun, paling tidak dibutuhkan kerabat kerja di belakang kamera sejumlah 4 orang, plus beberapa pengisi acara di depan kamera.

Acara program televisi pun sangatlah bervariasi. Beberapa format dalam acara televisi secara umum terdiri atas program berita dan *non-berita*. Program berita terdiri dari *bulletin*, *magazine*, *talkshow* dan sebagainya. Sedangkan program *non-berita* terdiri atas banyak ragam, mulai *reality show*, *infotainment*, *game show*, sinetron. Untuk program sinetron terdiri dari (setidaknya), FTV, Sinetron seri dan serial, serta sitkom dan fragmen.

Setelah dicermati maka kebutuhan SDM yang sesuai kompetensi bidangnya adalah sangatlah mendesak. Masyarakat sendiri melihat bahwa ini adalah suatu industri yang sangat membutuhkan tantangan SDM yang handal sehingga mampu menghidupkan sebuah konten program televisi di tengah persaingan industri hiburan yang sangat ketat. Aktivitas program televisi ini dapat dinilai masyarakat ketika *rating* program itu sendiri mengalami peningkatan yang tentunya berdampak pula pada pendapatan.

Bagaimana peluang ini dapat dimanfaatkan oleh industri pencetak insan profesional pertelevisian? Bagaimana masyarakat dapat melihat ini sebuah harapan untuk investasi dikemudian hari bagi anak didiknya di tingkat SMA/ SMK?

## PEMBAHASAN

### **Peluang industri pertelevisian sangat membutuhkan SDM yang handal.**

Seperti yang telah diungkapkan di atas bahwa ketersediaan SDM handal tidak hanya pada aspek teknis, tetapi hal ini sudah mengarah ke industri kreatif, maka kebutuhan insan kreatif yang mampu melakukan ide kreatif dalam sebuah konsep program produksi televisi sangatlah penting. Hal ini dapat dilihat dari konten siaran televisi itu maju ketika pemirsa itu dapat merespon dengan baik karena program yang disajikan mampu memenuhi keinginan pemirsanya. Indikator dapat dilihat bahwa konten selalu baru untuk tiap tahunnya, yang diimbangi dengan jumlah iklan yang mampu tumbuh dengan baik pula. Akibatnya juga pada industri periklanan juga mampu tumbuh dengan baik ketika konten dan segmentasi program sesuai dengan dengan harapan pengiklan yang dalam hal ini diwakili oleh agency periklanan. Terlebih program acara itu mampu bertahan lama karena konsep ide setiap tayangan selalu segar sehingga pemirsa selalu menunggu.

Bagaimana masyarakat menyikapi ini sebagai peluang? Maka tidaklah bijak ketika orang tua mamaksakan anaknya untuk terjun ke industri ini, tetapi yang baik adalah memberikan wacana dan testimoni bahwa ini juga sebuah industri yang cukup menjanjikan sebagai alternatif mencari kerja.

## **Kebutuhan SDM apa saja yang terkait dengan bidang ini**

Dampak tumbuh kembangnya industri ini seperti pada bidang periklanan atau *Advertising* juga memerlukan insan yang mampu memenuhi kualifikasi lulusan yang diharapkan dalam bidang kreatif seperti seorang *visualiser*, *graphic design*, *art director*, ataupun *creative director*. Di industri *production house* memerlukan seorang kamerawan, editor, sutradara, maupun penulis naskah untuk pembuatan program non berita. Penyiapan program terkait dengan industri film televisi seperti penata artistik, penata cahaya, dalam set tata artistik panggung pertunjukkan. Film animasi juga bagian dari industri kreatif yang menghiasi layar kaca ini juga memerlukan insan yang profesional untuk menciptakan karya film animasi yang cukup diminati khalayak, maka seorang animator sangat diperlukan untuk industri ini akan tetapi jumlahnya tidak banyak.

## **Tantangan dunia pendidikan dalam penyiapan SDM yang handal.**

Ketersediaan insan kreatif yang tidak sekedar menguasai aspek teknis dalam program pertelevisian ini sangatlah dibutuhkan. Persoalannya adalah sejauhmana pendidikan kita mampu mendukung proses pembelajaran ini dengan baik untuk pemenuhan itu. Dunia pendidikan seperti halnya ISI Surakarta adalah salah satunya di Indonesia ini menyediakan untuk proses pencetakan insan yang dibutuhkan tersebut. Kurikulum dan SDM yang mumpuni tentunya juga dukungan kualitas sarana dan prasarana pembelajaran sangatlah penting.

Sekolah-sekolah kejuruan yang secara spesifik diciptakan pemerintah untuk mendukung pemenuhan pertelevisian sepertinya sudah dicanangkan. Dibeberapa propinsi khususnya di Jawa telah berdiri Sekolah Menengah Kejuruan *broadcasting*, demikian pula untuk sekolah menengah atas juga tidak mau ketinggalan mengembangkan muatan lokalnya yang dekat dengan industri ini.

Apakah semua itu sudah mampu dipenuhi? Sepertinya saat ini belum banyak perguruan tinggi di Indonesia yang memiliki program-program studi yang bertujuan mencetak tenaga kreatif di bidang produksi program televisi. Bagaimana dengan ISI Surakarta, melalui Fakultas Seni Rupa dan Desain, Jurusan Seni Media Rekam, Prodi Televisi dan Film?

Jawabannya adalah sebuah perangkat kurikulum yang dikembangkan dalam sebuah program studi itu dapatlah menjawab kebutuhan *output* atau luaran lulusannya dalam 5 tahun kedepan dapat diserap pasar. Maka prodi setiap 2 tahun untuk mengevaluasi kurikulumnya agar kurikulum yang sedang berjalan ini dapat memenuhi standar pasar kerja disamping peningkatan SDM di dalamnya. Lulusan dari sebuah program studi pertelevisian ini tidak hanya sebagai karyawan tetapi juga sebagai isan yang mandiri.

Sebaran matakuliah yang ada dalam Program Studi S-1 Televisi dan Film haruslah mampu mengadopsi pemikiran daya estetis, kreatif, dan cerdas yang kompetitif dapat dilihat dengan penugasan-penugasan mandiri dan *teamwork* pada mahasiswa. Seperti halnya pada matakuliah Estetika, Videografi, maupun Produksi Televisi dan Pengarahan

Acara, secara teoritik dan praktik. Peralatan terkait dengan praktikum mahasiswa dikembangkan tidak hanya untuk sekedar memenuhi target tugas praktik akan tetapi juga mampu memaksimalkan peralatan ini menjadi produktif. Keahlian *hard skill* sebagai seorang kamerawan atau DOP, sebagai editor, sebagai penulis naskah atau seorang sutradara adalah *ouput* yang selama ini juga sangat dibutuhkan.

Mendekatkan mahasiswa dengan industri adalah sebuah keharusan maka kerjasama dengan industri televisi dan film diupayakan untuk menjalin jejaring yang luas. Tidak hanya sekedar praktik memenuhi capaian kurikulum tetapi bagaimana ketercapaian SKS matakuliah di menjelang akhir ini dapat diterapkan di industri. Sehingga mahasiswa dapat merasakan yang sesungguhnya di dunia kerja. Persoalan *input* juga sangat penting untuk menghasilkan luaran yang dapat memenuhi target masa studi yang cepat dan insan yang kreatif. Maka jejaring tidak hanya di dunia industri tetapi juga ke tingkat sekolah menengah atas juga dilakukan untuk menjaring calon mahasiswa yang diharapkan dalam menelusuri bakat dan minat dan memberikan *reward* berupa beasiswa bagi mereka yang berprestasi.

Apresiasi seni dalam bentuk pameran atau *screening* film, diskusi dan *workshop* serta pelatihan kepada masyarakat terkait industri ini adalah sebuah usaha menginformasikan akan kebutuhan SDM yang handal sangatlah dibutuhkan sebagai wujud dari Visi Misi Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Basis pengembangan kurikulum termaktup dalam visi misi prodi yang dekat dengan pemberdayaan konten

budaya nusantara sebagai landasan berkarya mahasiswa sehingga lulusannya mempunyai kekhasan yang tidak dapat dipunyai oleh bangsa lain untuk membentuk insan Indonesia yang cerdas dan kompetitif. Harapannya adalah untuk menciptakan insan yang handal mampu menjawab tantangan jaman dan bertanggungjawab terhadap etika dan norma-norma penyiaran.

## SIMPULAN

Daya cipta dan kemampuan daya kreatif merupakan modal sangat penting untuk masuk, terjun, dan bergelut di bidang industri televisi. Konten siaran televisi saat ini sangat beragam dalam paradigma industri, persaingan merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan. Adanya persaingan juga mendorong untuk lebih kreatif dalam menyajikan konten siarannya kepada pemirsa yang relatif tetap. Sebuah inovasi adalah satu kunci untuk menjawab tantangan bagi stasiun televisi untuk mampu memberikan program-program yang dibutuhkan oleh pemirsanya merupakan calon pemenang dari persaingan ini. Jika tidak diimbangi dengan ketersediaan SDM yang mumpuni, maka yang akan hadir di depan pemirsa adalah tayangan-tayangan yang kurang berkualitas, tidak memiliki nilai informasi yang tepat dan atau bahkan kurang mendidik. Dan untuk dapat melakukan hal tersebut diperlukan SDM-SDM handal yang secara kreatif mampu menciptakan program-program handal yang mampu menarik perhatian pemirsa, tentu saja dalam hal ini dengan rasa penuh tanggungjawab. Maka industri pencetak SDM dalam hal ini Perguruan Tinggi

sangat diharapkan perannya seperti halnya Prodi S-1 TV dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

## DAFTAR ACUAN

- Handriyotopo. *Peranan Perancang Komunikasi Visual*, Jurnal Ornamen, vol. 01. no.01, Juli 2004, ISI press, Surakarta.
- Handriyotopo. 2008. *Industri Kreatif dalam Belantara Iklan Televisi*, Prosiding dalam Seminar Industri Kreatif, ISI Surakarta.

Titus S.A. 2010. *Melihat Peluang di Balik Sistem Siaran TV Berjaringan*, disampaikan dalam makalah di SMK Broadcast Batu Malang.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

<http://myakise.blogspot.com/2010/04/50-program-tv-favorit-of-month-april.html>, diakses 28-01-2014

<sup>1</sup> Artikel ini disampaikan dalam Diskusi Youth On The Movie di SCC Simpang Lima Semarang.