

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi membuat perubahan di berbagai hal termasuk perubahan di dunia pertelevisian. Dalam perkembangannya, televisi sebagai salah satu media massa yang banyak digandrungi oleh masyarakat membuat banyak alternatif baru yang memberikan kenyamanan bagi masyarakat. Salah satu alternatif baru tersebut ialah layanan televisi berlangganan.

Televisi berlangganan bermula dari sistem penyiaran TV kabel yang merupakan sistem peyiaran program melalui MCR yang akan disalurkan ke stasiun-stasiun pemancar pusat maupun *relay* melalui terrestrial (*microwave*) dan satelit komunikasi (*satellite*) serta melalui kabel (*transmission line*) (Fachruddin, 2019, p. 351). Pada tahun 1940-an Zenith melalui *phonevision* meneliti sistem penyiaran kabel menggunakan konsep TV berlangganan. Sejak saat itulah istilah TV kabel menjadi identik dengan TV berlangganan. Televisi berlangganan sendiri merupakan sebuah istilah yang digunakan pada jasa penyiaran televisi yang dilakukan khusus untuk pemirsa yang bersedia membayar secara berkala (Fachruddin, 2019, p. 352).

Perkembangan televisi berlangganan ini dilihat menjadi sebuah peluang bisnis bagi para pemilik media televisi di Indonesia. Kehadiran televisi berlangganan ini pun disambut baik oleh masyarakat Indonesia yang mulai beralih dari penyiaran antena ke penyiaran kabel. Hal tersebut terlihat dari data Nielsen

Audience Measurement yang menjelaskan mengenai pertumbuhan pelanggan TV berbayar di Indonesia mencapai 12 persen pada tahun 2014 (Fachruddin, 2019, p. 357). Pertumbuhan tersebut juga didorong dengan meningkatnya kesadaran masyarakat bahwa TV berlangganan dapat memberikan tayangan berkualitas yang dinilai aman untuk dinikmati anak-anak.

Salah satu saluran penyedia televisi berlangganan di Indonesia adalah *MNC Channels* dari *MNC Media*. Sebelumnya, *MNC Media* juga menjadi pionir utama dalam bisnis televisi berlangganan di Indonesia dengan menghadirkan *Indovision* yang telah beroperasi sejak tahun 1998. *Indovision* yang tergabung dalam *Group MNC Media* memiliki *content library* untuk program lokal yang lengkap. Selain itu, *Indovision* juga tetap memuat TV *terrestrial* yaitu, *RCTI*, *Global TV*, dan *TPI* (Indonesia, 2008, p. 88). *MNC Channels* sebagai penyedia siaran televisi berlangganan yang serupa dengan *Indovision* juga menyajikan program yang beragam. Dengan program spesifik yang sudah di sesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, *MNC Channels* memiliki 13 program yakni, *Life Channel*, *Muslim TV*, *MNC News*, *OKTV*, *Vision Prime*, *Kids TV*, *Lifestyle*, *Infotainment*, *BESmart*, *Soccer Channel*, dan *MNC Sports*.

Di tengah pandemi Covid-19 ini televisi kembali menjadi pilihan masyarakat dalam mengisi waktu luang selama beraktivitas di rumah. Pandemi yang membatasi pergerakan manusia pun mendukung adanya peningkatan jumlah penonton televisi. Hal tersebut didukung dengan hasil pantauan Nielsen tahun 2020 mengenai Television Audience Measurement (TAM) di 11 kota pada era pandemi Covid-19 yang menunjukkan rata-rata kepermisaan televisi mulai meningkat dari

rating 12% pada tanggal 11 Maret menjadi 13,8% pada 18 Maret (Mufarida, “Televisi Jadi Media”, 2020). Salah satu program televisi yang menjadi pilihan masyarakat adalah program anak-anak. Para orang tua menjadikan program anak-anak ini sebagai pilihan sarana edukasi dan hiburan selama beraktivitas di rumah.

Melihat hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di program siaran anak-anak di stasiun televisi. Dalam program ini penulis berkesempatan menjadi tim kreatif dalam produksi konten tayangan di departemen *KIDS TV*. Untuk dapat menjabarkan seluruh kegiatan produksi pada departemen *KIDS TV*, penulis akan membuat laporan mengenai alur kerja tim kreatif di departemen *KIDS TV*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang sudah penulis lakukan memberikan banyak pengalaman dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan yang penulis miliki. Dalam hal ini penulis memiliki tujuan selama melakukan praktik kerja magang di *MNC Channels*. Tujuan penulis dalam praktik kerja magang adalah:

1. Mengetahui bagaimana proses produksi program *Kids Menu* di *MNC Channels*.
2. Mengasah kreativitas dalam menemukan menu masakan yang menarik untuk anak-anak.
3. Mengasah kemampuan dan kreativitas dalam menulis naskah yang dibutuhkan sebagai pendukung dalam program di *Kids Menu*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di MNC Channels dimulai pada 13 Agustus 2021 dan berakhir pada 13 November 2021. Dalam kurun waktu 3 bulan ini penulis melakukan praktik kerja magang secara *work from office* (WFO) dan *work from home* (WFH) dengan jadwal 4 hari kerja untuk *work from office* dan 1 hari kerja untuk *work from home*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Sebelum resmi melaksanakan praktik kerja magang di *MNC Channels*, penulis juga mendaftarkan diri diberbagai perusahaan lain yang membuka lowongan posisi magang. Penulis mencari informasi mengenai lowongan posisi magang di berbagai situs mau pun dari teman-teman mahasiswa lainnya. Setelah mencari informasi tersebut, penulis langsung mencari bahan-bahan pendukung yang dibutuhkan proses pendaftaran.

Sistem pendaftaran yang cukup mudah saat ini membuat penulis hanya perlu menyiapkan dua bahan yakni, *curriculum vitae* (CV) dan portofolio sebagai bahan awal untuk melamar di posisi magang. Dalam hal ini penulis membuat CV yang menarik, jelas dan dapat menggambarkan diri serta pengalaman penulis. Penulis juga membuat portofolio yang berisikan berbagai karya seperti, majalah digital, video dokumenter, dan tayangan singkat program televisi yang pernah penulis buat dalam sebuah power point.

Setelah mengikuti proses pendaftaran secara *online*, penulis harus menunggu jawaban dari perusahaan. Namun, hampir lebih dari satu bulan penulis tidak mendapatkan jawaban dari perusahaan mana pun, akhirnya penulis mulai mencari lagi lowongan untuk posisi magang. Penulis pun mendapatkan informasi terbaru mengenai lowongan magang di *MNC Channels* dari teman mahasiswa yang juga melakukan praktik kerja magang di perusahaan tersebut. Dengan adanya informasi tersebut penulis langsung mengirimkan CV dan portofolio ke kontak yang diberikan pada tanggal 6 Agustus 2021.

Setelah menunggu selama satu minggu penulis pun mendapatkan panggilan dari departemen *KIDS TV, MNC Channels* pada 12 Agustus 2021 untuk melakukan proses *interview*. Proses *interview* yang dilakukan bersama produser *KIDS TV* berjalan dengan lancar. Penulis pun langsung diminta untuk mulai bekerja pada 13 Agustus 2021