

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi disertai dengan semakin berjalannya waktu, menyebabkan banyak perubahan pada bidang media. Tak luput juga dengan media televisi yang ada di Indonesia. Perubahan digital tersebut telah memengaruhi pola dalam mengonsumsi konten media yang ada sehingga mengakibatkan peralihan besar dari penyiaran tradisional atau konvensional menuju platform serta layanan *streaming* digital. Menurut Utomo, televisi sendiri merupakan alat yang menggabungkan audio dan visual dan digunakan untuk menyampaikan pesan tanpa memberikan *feedback* (Utomo. 2021).

Agar penyampaian informasi yang ada dapat tersalurkan dengan baik memerlukan beragam proses di dalamnya. Pada buku *Mass Communication Theory* by Baran and Davis, terdapat teori yang dapat menjelaskan proses penyampaian informasi tersebut yaitu, teori aliran informasi. Teori ini merupakan konsep dalam ilmu komunikasi yang pada dasarnya menyatakan bagaimana informasi disebarkan dan diproses di dalam masyarakat. Dijelaskan juga bahwa informasi dapat mengalir melalui jalur yang berbeda dalam suatu sistem komunikasi. Konsep ini sendiri dikemukakan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen Reese pada 1991 dan menjadi landasan menegani bagaimana informasi diproduksi, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat (Baran S. J. & Davis D. K., 2015).

MNC *Group* adalah perusahaan swasta yang tidak hanya berfokus pada bidang media dan *entertainment* saja. Akan tetapi, mereka berfokus pada banyak bisnis seperti keuangan, media, teknologi, dan masih banyak lagi. Hal inilah yang membuat MNC termasuk dalam konvergensi media. Catur Nugroho dalam bukunya *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (2020) menyatakan bahwa konvergensi media sendiri merupakan integrasi media yang dilakukan oleh industri media melalui digitalisasi. Hal ini sangat relevan dengan MNC sendiri karena selain menyatukan beragam bisnis hingga menjadi satu, konten-konten dari MNC TV juga disebarkan tidak hanya melalui televisi saja tetapi disebarkan juga melalui platform milik MNC lainnya, baik konten berita, hiburan, olahraga maupun pendidikan.

Oleh karena itu, dengan banyaknya anak bidang bisnis yang dimiliki oleh MNC ditambah banyak orang pula yang sudah mengenal perusahaan raksasa ini membuat penulis tertarik untuk magang menjadi tim *creative* pada MNC dan tidak menolak kesempatan berharga ini untuk membantu penulis lebih mengenal cara kerja sebuah televisi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari kerja magang ini tentunya untuk membuat penulis menjadi lebih paham pada kerja nyata suatu media dengan merasakan secara langsung praktik kerja magang ini. Maka dari itu, penulis telah merangkumkan beberapa tujuan kerja magang. Beberapa tujuan tersebut:

1. Untuk mengasah dan menyalurkan kreativitas yang ada
2. Untuk mempraktikkan secara langsung ilmu-ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan dalam kerja magang
3. Untuk menambah pengalaman dan kemampuan sehingga bermanfaat bagi masa depan
4. Untuk menambah relasi dalam dunia kerja sehingga dapat bermanfaat bagi masa depan

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan aturan serta syarat dari Universitas Multimedia Nusantara, penulis harus melakukan praktik kerja magang selama 640 jam atau setara dengan 80 hari kerja. Ditambah dengan adanya peraturan baru dari Perusahaan tempat penulis melaksanakan magang, maka penulis berkerja di MNC Channels dari 1 Februari sampai dengan April 2024. Hal tersebut sesuai dengan persetujuan pihak MNC *Channels*.

Pada pelaksanaannya, penulis ditugaskan menjadi tim kreatif pada OKEZONE TV yaitu, *DAILY LIFESTYLE* dan Runway tayang setiap satu minggu sekali. Sementara itu, untuk program HighEnd on TV dan Mix and Match tayang setiap dua minggu sekali secara bergantian sesuai dengan produser yang ada. Penulis ditempatkan di bawah produser Shinta, maka tim kami lebih banyak melakukan liputan dibanding dengan tim-tim lainnya sehingga membuat penulis bekerja secara tidak menentu. Penulis bekerja selama lima hari yaitu Senin,

Selasa, Rabu, Kamis, dan Jumat hanya saja jam kerjanya lebih banyak dibanding dengan yang lainnya. Selain itu, karena saat ini bukan masa pandemi lagi, penulis full kerja secara langsung di kantor (WFO).

Sebelum penulis secara resmi bekerja di Okezone TV, tentunya penulis tak henti mencari dan mendaftar pada banyak perusahaan media, baik melalui jalur MSIB maupun jalur mandiri. Penulis mencari dan mendaftar magang melalui berbagai situs dan informasi yang selalu memberikan informasi mengenai lowongan magang. Penulis sempat beberapa kali diajak oleh beberapa Perusahaan untuk melakukan wawancara dan *office tour*. Akan tetapi, ada beberapa Perusahaan yang tidak sesuai dengan minat penulis hingga akhirnya penulis mencoba melamar magang di MNC.

Akhirnya, penulis melamar di MNC dengan mengirimkan CV atau *curriculum vitae* hingga akhirnya pihak MNC mau melakukan wawancara lebih dalam lagi pertama melalui *online* dan akhirnya setelah lolos melalui *online*, penulis diajak untuk melakukan wawancara secara langsung bersama *user*. Tidak lama setelah melakukan wawancara, akhirnya penulis diterima untuk magang di MNC. Namun, penulis tidak langsung bekerja di MNC karena penulis masih menunggu persetujuan dari pihak kampus. Setelah mengantongi persetujuan dari kampus, penulis langsung mulai mengisi semua informasi yang diperlukan dalam akun merdeka barulah setelah semua lengkap, penulis mulai bekerja di MNC.