

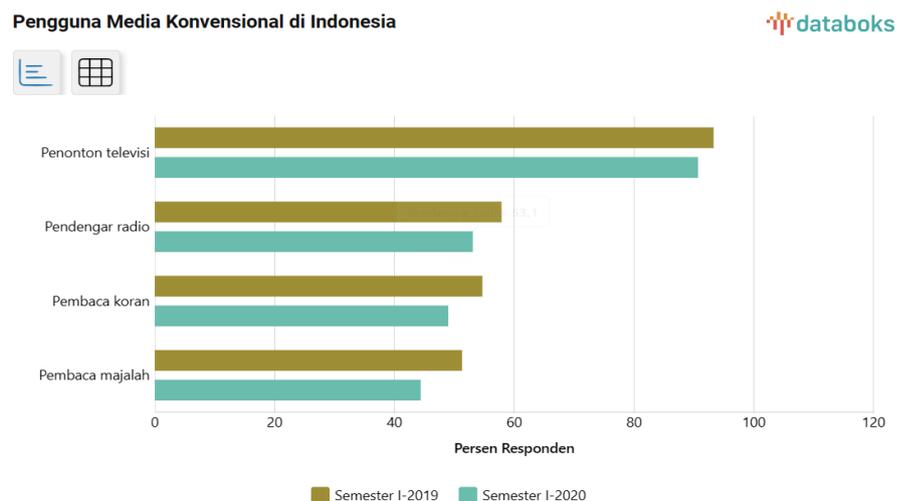
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peristiwa interaksi sosial yang dilakukan manusia sebagai makhluk sosial memerlukan pertukaran informasi yang dilakukan dalam bentuk yang dinamakan komunikasi. Melalui komunikasi, setiap individu dapat bertukar pesan dan informasi. Komunikasi dapat berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi, mulai dari interaksi tatap muka, siaran pers, hingga era digital saat ini. Perkembangan teknologi komunikasi kini memasuki era digital, memungkinkan aktivitas komunikasi menjadi semakin terbuka dan tidak terbatas.

Media konvensional merupakan media massa yang pertama kali muncul sebelum adanya teknologi internet. Media konvensional adalah media massa yang digunakan untuk mengirimkan dan menyampaikan pesan kepada masyarakat luas (audiens), memiliki jangkauan yang luas, dan dalam waktu yang relatif singkat (Iskandar, 2021) Majalah, buku, surat kabar, alat elektronik sederhana, radio, film, dan televisi merupakan contoh media konvensional. Eksistensi media konvensional kini mulai memudar di Masyarakat, karena adanya *new media*.



Gambar 1. 1 Grafik data pengguna media konvensional tahun 2019 dan 2020

(Sumber : databoks.katadata.co.id)



No.	Nama Data	Semester I-2019	Semester I-2020
1	Penonton televisi	93,3	90,7
2	Pendengar radio	57,9	53,1
3	Pembaca koran	54,7	49
4	Pembaca majalah	51,3	44,4

Tabel 1. 1 Data pengguna media konvensional tahun 2019 dan 2020

(Sumber : databooks.katadata.co.id)

Berdasarkan data pada GlobalWebIndex pengguna media konvensional di Indonesia menurun dari tahun 2019 hingga tahun 2020. Ini terlihat pada pengguna televisi, pendengar radio, pembaca majalah, dan pembaca koran. Pada tahun 2019, penonton televisi di Indonesia mencapai 93,3% dari total responden, tetapi pada tahun 2020, penonton menurun menjadi 90,7%. Di balik penurunan penggunaan media konvensional, terdapat statistic yang melambung tinggi pada tahun 2019 dan 2020, yaitu penggunaan media digital, di mana pengguna menggunakan *handphone*, laptop, dan media sosial dengan cepat.

New media adalah media yang menggunakan internet dan teknologi digital sebagai operasionalnya. Era media baru secara bertahap dapat menggeser media komunikasi konvensional. PT MNC Sky Vision Tbk atau yang dikenal sebagai MNC Channel, awalnya bergerak di media konvensional sebelum beralih ke platform digital yang dikemas di media sosial dengan adanya *new media* ini. MNC Channel menggunakan media sosial sebagai cara untuk menyebarkan program televisi yang dibuat oleh industri televisi berbayar. *Platform* media sosial utama yang digunakan adalah Instagram, Youtube, dan Tiktok. Selain itu, tayangan televisi tersebut juga dapat ditonton melalui aplikasi Vision+ Apps, MNC Play, MNC Vision, K-Vision. Dengan demikian, MNC Channel menyediakan One Stop

Entertainment, dimana orang dapat memperoleh tayangan televisi yang menarik dan secara konsisten dalam mewujudkan karya optimal di Indonesia.



Gambar 1. 2 Banner Kids TV MNC Channel

(Sumber : Youtube Kids TV I Can Do It)

MNC Channels telah mengumumkan bahwa mereka akan memiliki 16 kanal, yaitu MNC Muslim, MNC Life, MNC Kids, MNC Drama, MNC Comedy, MNC Infotainment, Golf Channel, MNC Sport 1, MNC Sports 2, MNC Fashion, Food & Travel, MNC Movie, MNC Homes & Living, MNC Health, MNC Teens.

Kemudian Transformasi dari media massa ke new media sendiri telah membuka jalan bagi munculnya *creative media production*. *Creative media production* adalah proses pembuatan konten media yang kreatif dan inovatif, mencakup berbagai aspek seperti perencanaan, pengembangan, dan penyebaran. Dalam konteks Kids TV, sebuah saluran televisi di bawah naungan MNC Channel, proses ini sangat penting untuk menciptakan program animasi yang menarik dan menghibur bagi anak-anak. Kids TV, yang sebelumnya dikenal sebagai MNC Kids, telah mengembangkan berbagai kartun pilihan yang disiarkan di jaringan televisi swasta, dan pada 12 Desember 2017, saluran ini memperkenalkan empat program non-animasi tambahan seperti I Can Do It dan Kids Menu. Perubahan ini menunjukkan bagaimana *creative media production* dapat beradaptasi dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan audiens yang lebih luas dan beragam.

Dengan fokus pada animasi yang inspiratif dan edukatif, Kids TV memanfaatkan teknik creative media production untuk menciptakan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan nilai tambah bagi penontonnya. Perubahan format saluran ini dari MNC Kids ke Kids TV yang khusus menayangkan program animasi dalam dua kategori, serial dan film, merupakan contoh bagaimana creative media production dapat digunakan untuk menyelaraskan visi dan misi sebuah saluran televisi. Kids TV terus berupaya menghasilkan program-program yang tidak hanya menarik tetapi juga memberikan inspirasi kepada anak-anak, membantu mereka untuk belajar dan berkembang melalui tontonan yang positif dan bermakna.

1.2.Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Magang di MNC Channels memiliki tujuan yaitu salah satu syarat untuk memenuhi syarat magang MBKM di Jurusan Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga menerapkan praktik magang sebagai panduan untuk mendapatkan pembelajaran berharga dan saran untuk berlatih di dunia kerja sebagai mahasiswa yang ingin mengetahui dan mempunyai persiapan yang cukup sebelum memasuki dunia profesional sebagai pekerja. Selain memiliki tujuan utama, kegiatan magang ini memiliki tujuan khusus yang adalah sebagai berikut:

1. Memahami aktivitas apa saja yang dilakukan sebagai Creative pada Departemen Kids TV di MNC Channels.
2. Mengetahui bagaimana proses produksi program Kids Menu dan I Can Do It di MNC Channels.
3. Mengasah kreativitas dalam menemukan ide menu masakan dan prakarya yang menarik untuk anak-anak.
4. Mengasah kemampuan dan kreativitas dalam menulis naskah yang digunakan sebagai pendukung dalam program Kids Menu dan I Can Do It.
5. Menurut penulis, membina hubungan merupakan hal yang penting sebelum memasuki dunia kerja dan merupakan aspek penting dalam memenuhi segala kewajiban dan tanggung jawab.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut kegiatan kerja magang yang telah dijalankan oleh penulis :

1. Periode Magang : 29 Januari 2024 – 23 April 2024
2. Jam Kerja : Pukul 09.00-21.00 (saat hari senin, rabu, kamis) &
Pukul 04.00 – 24.00 (Saat shooting Selasa dan Jumat)
3. Hari Kerja : Senin-Jumat (*Work From Office*)
4. Lokasi : MNC Studio Tower II, Lantai 4 , Kebon Jeruk
5. Penempatan : *Creative Production Internship*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Menghadiri sesi pembekalan magang yang diadakan di Function Hall Universitas Multimedia Nusantara yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 2) Mengajukan KM-01 kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk verifikasi tempat kerja magang yang diajukan oleh pemegang.
- 3) Mendapatkan KM-02 sebagai bentuk persetujuan Universitas Multimedia Nusantara terhadap perusahaan yang diajukan oleh pemegang.
- 4) Mengisi formulir KM-01 pada myumn.ac.id setelah diterima di perusahaan yang dilamar.
- 5) Mendownload formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi

Laporan Magang) untuk digunakan dalam proses penyusunan laporan magang.

B. Proses Administrasi Perusahaan (UMN)

Mengajukan praktik kerja magang dengan cara mengirimkan Cover Letter kepada HRD pihak MNC Channel pada tanggal 17 Januari 2024, dengan mengirimkan juga Curriculum Vitae (CV), Portofolio.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Creative pada Departemen Kids TV MNC Channel.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Supervisor sekaligus Produser dari Kids TV, Yang Puspitasari
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Producer pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Yuliana Triwijayanti, S.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara online.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses siding