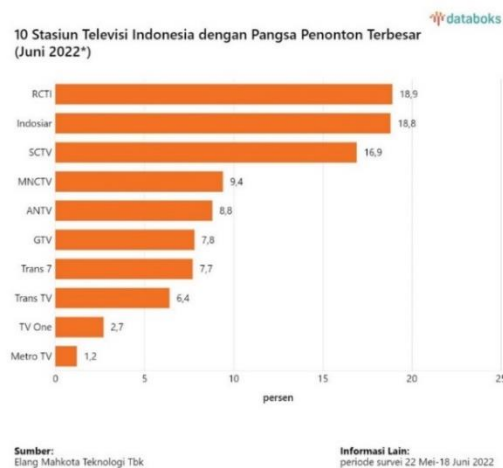


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media merupakan lingkungan di mana kita hidup, bekerja, dan bermain (Deuze, 2014). Terkait media, televisi adalah salah satu media yang dapat digunakan. Televisi adalah medium yang mencakup berbagai platform dan format, tidak hanya siaran tradisional tetapi juga layanan *streaming* dan *on-demand* (Gray & Lotz, 2019). Cara media televisi dalam menyebarkan dan menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah dengan melakukan penyiaran. Proses penyiaran biasanya dilakukan dari stasiun televisi dan dapat dilakukan secara berbeda-beda sesuai tergantung siapa yang melakukan penyiaran. Stasiun TV adalah tempat pengumpulan dan pembukaan informasi, pendidikan, dan hiburan melalui alat televisi untuk menyajikan konten kepada khalayak luas.



Sumber: (databoks.katadata.co.id, 2022)

Gambar 1.1 10 Stasiun TV Indonesia dengan Pangsa Penonton Terbesar

Dikutip dari databoks.katadata.co.id, terdapat 10 stasiun televisi di Indonesia dengan pangsa penonton terbesar pada periode 22 Mei sampai 18 Juni 2022. Di urutan pertama ada RCTI dengan pangsa penonton (*audience share*) sebesar 18,9%. Lalu di urutan kedua ada Indosiar yang hanya berbeda tipis

sebesar 18,8%. Di urutan ketiga ada SCTV dengan pangsa penonton sebesar 16,9%. Di urutan keempat ada MNC TV sebesar 9,4%. Di urutan kelima ada ANTV sebesar 8,8% dan keenam ada GTV sebesar 7,8%. Ke tujuh ada Trans 7 sebesar 7,7% dan Trans TV sebesar 6,4% di urutan kedelapan. Lalu di urutan kesembilan dan sepuluh ada TV One dengan pangsa sebesar 2,7% dan Metro TV sebesar 1,2%.

MNC TV menjadi salah satu stasiun TV di Indonesia telah lama melakukan penyiaran, dan sudah dipercaya untuk menyiarkan program mulai dari program berita, hiburan, musik, pendidikan, olahraga, kesehatan, dan program lainnya. Dalam program TV tersebut, MNCN atau yang lebih dikenal dengan MNC Group dibantu oleh banyak pihak, seperti produsen konten, pencipta lagu, dan perusahaan yang memiliki hak cipta. Misalnya Fremantle yang merupakan produsen konten internasional, bekerja sama dengan MNC Group untuk memproduksi program-program dari MNC Media yaitu RCTI, MNC TV, dan GTV. Pencipta lagu juga dapat menggugat MNC Group karena mengandakan atau mentransmisikan lagu ciptaannya tanpa izin/lisensi. Perusahaan yang memiliki hak cipta juga dapat membantu MNC Group dalam menyediakan konten yang sesuai dengan ketentuan hak cipta.

Fremantle adalah perusahaan multinasional yang berfokus pada produksi dan distribusi konten televisi dan film. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1991 dan berbasis di London, Inggris. Perusahaan ini menyediakan konten di berbagai genre, termasuk drama, film, dokumenter, dan seri TV. Fremantle juga memiliki beberapa label produksi dan distribusi, seperti *Endemol Shine Group*, *UFA Fiction*, *Wilside*, *72 Films*, *Element Pictures*, *en Cero Coma Producciones*, dan lain-lain.

Peran Fremantle terhadap MNC Group dalam hal ini adalah sebagai produsen dan penyedia konten untuk stasiun televisi yang dimiliki oleh MNC Media meliputi RCTI, MNC TV, dan GTV. Fremantle berkolaborasi dengan MNC Media dalam memproduksi berbagai program, termasuk *talent show*, *game show*, *variety show*, dan *talk show*. Fremantle merupakan produser konten yang beroperasi di berbagai negara, termasuk Indonesia, dan memiliki patner

lokal yang membantu dalam produksi konten, seperti PT. Dunia Visitama Produksi.

Salah satu program MNC TV yang dikerjakan oleh Fremantle adalah Take Me Out Indonesia yang merupakan program televisi bertemakan pencarian pasangan. Program ini merupakan versi lokal dari Take Me Out, yang merupakan format *reality show* yang banyak diimpor di berbagai negara. Dalam program ini, peserta mengumpulkan para sukarelawan yang ingin mencari jodoh.

Sebagai produsen dan penyedia konten, Fremantle bertanggung jawab penuh terhadap seluruh rangkaian acara yang dilakukan, dimulai dari *Pre-Production*, *Production*, hingga *Post-Production* dan dilakukan dengan membagi menjadi 2 tim, Tim Kontestan dan Tim Konten. Pada proses ini, pekerja magang ikut mengambil peran sebagai Tim Konten. Dimulai dari tahap *Pre-Production*, yang merupakan tahap awal yang berlangsung sebelum pembuatan konten, yang bertujuan untuk mempersiapkan semua aset dan informasi yang diperlukan untuk pembuatan konten. Pekerja magang juga menggunakan *communication interpersonal* dan *persuasive* serta *public speaking* dalam proses *Pre-Production* karena pekerja magang akan banyak berinteraksi dengan *talent* yang disebut sebagai *Single Man (SM)*. Selanjutnya masuk ke tahapan kedua yaitu *Production*. *Production* merupakan tahap pembuatan konten, yang berlangsung setelah *Pre-Production*. Dalam hal ini, *Production* dari program Take Me Out Indonesia adalah melakukan *shooting*. Setelah *shooting* selesai dilakukan, barulah masuk ke tahap terakhir yaitu *Post-Production*. *Post-Production* adalah tahap yang berlangsung setelah *Production*, yang bertujuan untuk mengubah *raw footage* atau rekaman mentah menjadi produk siap publikasi.

Beberapa hal tersebut menjadi alasan pekerja magang memilih Fremantle sebagai tempat magang supaya dapat membantu pekerja magang untuk lebih memahami dunia kreatif dalam melakukan produksi suatu acara (*event*) yang dapat diimplementasikan dalam melakukan atau menyelenggarakan suatu acara.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang adalah untuk memperoleh pemahaman tentang proses penyelenggaraan acara dari program Take Me Out Indonesia. Secara spesifik, kegiatan magang ini dimaksudkan untuk:

1. Mengetahui tugas dan pekerjaan *Creative Production Assistant* di divisi *Creative* di Fremantle dalam program Take Me Out Indonesia.
2. Mengetahui kendala yang terjadi di dunia kerja dan solusi untuk mengatasi hal tersebut.
3. Mendapatkan dan menambah pengalaman, wawasan, pemahaman, serta relasi di tempat magang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Magang berlangsung dari Januari hingga Mei 2024, selama 640 jam sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan instruksi dari Program Studi. Hal ini sesuai dengan jadwal yang diatur dalam surat penerimaan kerja magang, sebagai berikut:

Hari Kerja Aktif : Senin - Jumat

Jam Kerja :

- Sebelum dirubah
08.00 – 00.00 WIB (*Shooting Day*) & 10.00 – 20.00 WIB (*Office Day*)
- Setelah dirubah
08.00 – 17.00 WIB (*Shooting Day*) & 10.00 – 17.00 WIB (*Office Day*)

Sistem Kerja : WFO (*Work From Office*)

Jadwal terlampir sudah menjadi jadwal tetap, setelah sebelumnya sempat terjadi perubahan. Selain itu, untuk mengejar durasi 640 Jam dari kampus, pekerja magang juga berhak untuk mengajukan overtime kepada perusahaan dan dicatat sebagai jam kerja. Maka dari itu, berdasarkan keterangan tersebut, pekerja magang sudah melampaui ketentuan 80 hari kerja atau 640 jam yang ditentukan oleh kampus sebelum sidang magang pada bulan Mei 2024 mendatang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Menghadiri sesi pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN dalam acara Pride UMN 2023.
2. Melakukan pendaftaran KRS magang melalui platform myumn.ac.id dengan persyaratan telah menyelesaikan 90 SKS tanpa mendapat nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id
3. Diberi kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari sekali melalui pengisian formulir Google di email untuk memverifikasi tempat magang yang memenuhi syarat dan mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang)
4. Mengisi dan mengirimkan formulir KM-01 melalui myumn.ac.id setelah menemukan perusahaan atau lembaga yang sesuai.
5. Kemudian, mengunduh 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 keperluan penyusunan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Mengajukan praktik kerja magang dengan mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) pada tanggal 30 Desember 2023 melalui e-mail salah satu karyawan Fremantle.
2. Proses lolos seleksi CV dan lanjut ke tahap penugasan melalui akun whatsapp salah satu karyawan pada divisi *Creative & Content* pada tanggal 2 Januari.
3. Proses lolos penugasan dan lanjut ke tahap wawancara dengan produser pada tanggal 9 Januari.
4. Proses lolos seleksi tahap wawancara bersama produser pada tanggal 9 Januari dan mendapat informasi bahwa penulis diterima di tempat magang tersebut.

5. Mendapat surat penerimaan yang sudah ditandatangani oleh Produser, Rudi Ferdiansyah dan melakukan tanda tangan kontrak kerja pada tanggal 16 Januari.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Magang dilaksanakan dengan peran sebagai *Creative Production Assistant* di *Departement Production*.
2. Tugas dan informasi yang diperlukan disertai dengan bimbingan langsung oleh Produser, Rudi Firmansyah, yang bertindak sebagai Pembimbing Lapangan.
3. Pengisian dan tanda tangan pada formulir KM-03 hingga KM-07 dilaksanakan selama pelaksanaan magang dan pengajuan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan dilakukan pada akhir masa magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Penyusunan laporan magang dipandu oleh Ibu Intan Primadani sebagai Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring.
2. Laporan magang diajukan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan magang yang telah disetujui diajukan untuk dilakukan proses sidang.