

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Seiring perkembangan zaman dan perbedaan generasi membuat kita merasakan perbedaan dari teknologi informasi. Salah satu contohnya adalah Media Elektronik dalam bentuk suara dan gambar. Menurut (Abdullah & Puspita, 2018, 102) Media Elektronik Televisi sudah menjadi sarana media massa selama puluhan tahun untuk menyebarkan sebuah berita maupun hiburan, dan terkadang sebagai tempat bertukarnya opini secara satu arah, dan tentunya karena memiliki sifat yang audio-visual. Maka dari itu, Televisi menjadi lebih mudah dipahami dan dibayangkan ketika melihat tontonan yang sedang ditayangkan karena selalu disajikan dengan berita yang nyata dan sedang beredar.

Seperti yang dikatakan oleh (Surbakti, 2008, 78) bahwa Televisi merupakan medium media massa yang memudahkan khalayak untuk meresapkan pesan tanpa perlu memiliki kemampuan membaca. Hal ini menyebabkan pengaruhnya sebagai sumber informasi, hiburan, dan pendidikan tidak tertandingi oleh media lain. Adapun pandangan yang berbeda menurut (Wazis, 2022, 48) tentang media massa yang bukan hanya milik orang tertentu, melainkan untuk khalayak luas atau publik yang tidak dibatasi dengan usia, gender, suku, agama maupun latar belakang kehidupan dari khalayak, serta bisa diakses dimana saja oleh khalayak.

Kemudian, dikatakan kembali oleh (Wazis, 2022, 53) bahwa media massa bukan sekedar menyampaikan sebuah berita, tetapi mengevaluasi dan menganalisis setiap kejadian yang terjadi. Dengan melakukan proses seperti itu, media massa berpotensi menjadikan setiap kejadian sebagai pelajaran yang berharga untuk mencegah pengulangan di masa mendatang. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dapat digunakan sebagai landasan untuk penyampaian informasi yang lebih mendalam dan terperinci kepada masyarakat.

Dalam ranah televisi Indonesia, program-program baik berjenis *Non-News* maupun *News* disajikan dengan tujuan utama untuk menyentuh dan memenuhi kebutuhan serta minat masyarakat luas. Di balik layar, terdapat tim yang saling berkolaborasi dalam merumuskan strategi dan taktik yang tepat guna meningkatkan kesadaran akan setiap program yang disiarkan. Sebelum memasuki tahap produksi, riset mendalam dilakukan untuk memahami tren terkini, berita yang tengah menjadi sorotan, dan aspek-aspek lain yang menjadi daya tarik bagi penonton.

Strategi yang terbentuk dari kolaborasi tim tersebut kemudian dilakukan dengan cermat guna memastikan bahwa setiap program tetap diminati oleh penonton sambil meningkatkan peringkat penayangan dan interaksi sosial terkait. Selama proses ini, upaya tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan kesadaran akan program, tetapi juga untuk mengoptimalkan *rating* penonton dan *share* konten. *rating* dan *share* adalah dua cakupan yang begitu penting dalam sebuah program acara, karena apabila keduanya bagus maka akan meningkatkan skor televisi terbaik dan akan dipandang bagus oleh masyarakat.

Dalam konteks yang diuraikan, tampaknya stasiun televisi yang mampu mempertahankan *rating* dan pangsa pasar yang signifikan adalah Metro TV. Berdiri sejak 25 Oktober 1999 oleh PT Media Televisi Indonesia, stasiun ini telah menunjukkan konsistensi dalam menarik perhatian pemirsa. Sebagai tambahan, Metro TV menampilkan program *Non-News* yang disiarkan setiap minggu pada pukul 20.00 WIB.

Program tersebut, yang berjudul Q&A, yang memiliki konsep dengan konten program tanya-jawab, di mana para panelis bertanya dan narasumber memberikan tanggapan terhadap topik yang telah ditentukan oleh tim produksi. Topik yang dibahas meliputi isu-isu politik, komedi, dunia film, atau edisi khusus seperti bulan Ramadhan ataupun politik. Salah satu aspek unik dari program ini adalah adanya segmen "*gimmick* receh". Dalam segmen ini, setiap program menyajikan elemen yang menghibur dengan sentuhan kreatif yang disesuaikan dengan konteks yang sedang dibahas.

Q&A memiliki tim khusus yang bertanggung jawab atas penyelenggaraannya. Tim tersebut terdiri dari berbagai peran, termasuk *Executive Producer*, *Producer*, *Production Assistant*, *Cameraman*, *Editor* dan *Graphics*. Kehadiran tim yang terorganisir dengan baik ini sangat penting untuk memastikan produksi program berjalan dengan lancar dan berkualitas. peran *Production Assistant* menjadi tidak kalah penting dari tim-nya. Menurut penjelasan yang disampaikan oleh (Fachruddin, 2017, 29) *Production Assistant* memiliki peran yang signifikan dalam proses produksi secara menyeluruh, dimulai dari tahap perencanaan hingga tahap pasca produksi.

Tugas utama *Production Assistant* adalah memberikan bantuan yang meluas kepada seluruh tim produksi dalam menjalankan setiap aspek dari proses kreatif dan teknis produksi konten media. Mencakup beberapa hal yang membantu dalam penyusunan jadwal produksi, membuat naskah, memberikan ide atau konsep setiap episode baru, meriset materi terkait para narasumber, menyiapkan kebutuhan *shooting*, dan *preview rundown*.

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan dari seorang *Production Assistant* di Q&A Metro TV menyiapkan segala produksi dari Pra Produksi, Produksi, dan mencapai Pasca Produksi. Dari latar belakang yang sudah dijelaskan tadi, membuat penulis tertarik untuk bergabung dalam divisi *Production Assistant* di Program Q&A Metro TV diharapkan agar nilai nilai dan prinsip yang diberikan oleh perusahaan dapat menjadi tujuan utama yang penting bagi penulis untuk memberikan arti yang mendalam melalui setiap konten yang dibuat.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Adapun maksud dan tujuan dari seorang penulis dalam melakukan kerja magang yang telah diselenggarakan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara yaitu sebagai syarat kelulusan dan persiapan pada mahasiswa/i untuk menghadapi kerja nyata setelah lulus dari UMN. Selain itu, penulis juga memiliki tujuan secara spesifik.

1. Mempelajari peran sebagai *Production Assistant* di bidang *Creative Production* pada program Q&A Metro TV

2. Memahami alur kerja produksi di program Q&A Metro TV.
3. Menambah pengalaman menjadi lebih profesionalitas dalam bekerja, sekaligus menambah ilmu pengetahuan mengenai peran penting *Production Assistant* di dunia produksi.
4. Meningkatkan ide kreativitas dalam pembuatan dan pengembangan dari produksi yang akan nantinya dikemas dan disalurkan ke media sosial.
5. Meningkatkan *Communication Skill* dan kinerja team pada dunia kerja.

### **1.3. Deskripsi Waktu dan Prosedur Magang**

Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang menjadi bagian terpenting dalam mengetahui alur kerja yang efisien selama kegiatan magang berlangsung. Hal ini bertujuan untuk mengatur dan menetapkan jadwal yang baik dan teratur untuk mempermudah pelaksanaan magang.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Periode pelaksanaan magang penulis di PT Media Televisi Indonesia (Metro TV) yang berlokasi di Jl. Pilar Mas Raya Kav. AD, Kedoya Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520 berlangsung selama kurang lebih empat bulan, yang dimulai pada tanggal 1 Februari 2024 dan berakhir pada tanggal 31 Mei 2024. Ketentuan jam kerja yang ditetapkan Metro TV kepada penulis dilaksanakan dalam 5 hari yang dimulai dari 09.30 atau 10.00 hingga jam 18.00. Jam kerja sekitar 8 jam sehari berlaku dari hari Senin- Jumat dengan persyaratan sepenuhnya WFO (*Work From Office*). Namun, akan terjadinya penambahan jam kerja bila adanya proses syuting (*Tapping*) yang sudah ditentukan.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Terdapat rangkaian proses yang dilakukan penulis untuk mencapai pelaksanaan kerja magang di Metro TV, antara lain:

- 1) Prosedur pelaksanaan magang diawali oleh penulis dengan mengirimkan *curriculum vitae* (CV) ke beberapa perusahaan pada bulan Desember 2023 hingga Januari 2024 untuk memperoleh kesempatan magang. Hingga penantian berakhir karena salah satu dari perusahaan yang telah didaftarkan oleh penulis diterima yaitu perusahaan tersebut adalah Metro TV.
- 2) HRD menghubungi secara pribadi melalui via WhatsApp pada 17 Januari 2024 untuk keberlanjutan dalam membahas kesempatan kerja magang di Metro TV dan penjadwalan *interview*.
- 3) Penulis melaksanakan proses wawancara dengan *user* divisi *Production Assistant* pada 19 Januari 2024 pukul 10.00 WIB.
- 4) Pada 24 Januari 2024 pukul 13.00 WIB, penulis menerima pengumuman diterima di Metro TV sebagai *Production Assistant*.
- 5) Penulis melengkapi dokumen administrasi untuk menjadi pegawai magang di Metro TV.
- 6) Penulis mengajukan KM-01 untuk mendapatkan verifikasi kesesuaian tempat magang dengan persyaratan kampus.
- 7) Aktivitas kerja magang penulis di Metro TV mulai 1 Februari 2024.
- 8) Penulis menerima surat pengantar magang (KM-02) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara pada 19 Januari 2024 dan melanjutkan registrasi di situs [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) pada 22 Januari 2024.
- 9) Penulis menerima *cover letter* dan kartu magang di situs [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id)
- 10) Penulis mengisi *daily task* di situs [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id), berisi absen dan pekerjaan yang dilakukan setiap harinya.
- 11) Penulis menyusun laporan magang sebagai salah satu kewajiban yang harus dipenuhi pada pelaksanaan magang yang sedang penulis jalankan.
- 12) Penulis menyelesaikan periode magang di Metro TV hingga 31 Mei 2024.
- 13) Penulis mengunduh *daily task* (KM-03) dan lembar verifikasi laporan magang (KM-04) di akhir periode magang pada situs [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id)