

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa yang berkembang di tengah masyarakat memiliki beragam bentuk. Ada media massa berbasis audio, yang menyajikan informasi dalam bentuk suara, serta media massa *visual*, yang menampilkan gambar baik dalam bentuk statis maupun bergerak. Selain itu, terdapat juga media massa *audiovisual* yang menggabungkan suara dan gambar. Saat ini, televisi menjadi salah satu jenis media massa yang paling banyak dimiliki dan digunakan oleh masyarakat sebagai sarana penyebaran informasi, hiburan, pendidikan, serta sebagai alat kontrol sosial. Sebagai media yang efektif, televisi berperan dalam menyampaikan informasi, memberikan hiburan, dan mendukung kegiatan edukasi. Berbagai program yang ditayangkan, seperti berita, acara hiburan, serta konten edukatif, dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat luas. (Ali, S. 2020)

Industri televisi di Indonesia memiliki perjalanan yang panjang dan beragam, dimulai dari penyiaran publik hingga berkembang menjadi sektor komersial yang dinamis. Sejak pertama kali didirikan pada tahun 1962, televisi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia, berperan sebagai sumber hiburan dan informasi yang signifikan. Televisi di Indonesia bermula dengan kehadiran TVRI pada tahun 1962 sebagai penyiaran publik. Pada masa itu, televisi dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkuat identitas budaya nasional Indonesia. (Permana, R., Abdullah, A., & Mahameruaji, J. , 2019)

SEA Today (South East Asia Today) adalah saluran berita televisi daring yang menggunakan bahasa Inggris dan Indonesia, dimiliki oleh MDMedia (Metra Digital Media), anak perusahaan dari TelkomMetra. Mengusung slogan "*See Indonesia, See The World, Sea Today*", saluran ini berfokus pada penyampaian berita dalam bahasa Inggris dengan misi untuk "membawa kabar baik ASEAN." Setelah 58 tahun sejak awal perkembangan televisi di Indonesia, SEA Today resmi

diluncurkan pada 28 Oktober 2020 sebagai saluran berita internasional. Peresmian ini dilakukan oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara, Erick Thohir, serta Wishnutama yang saat itu menjabat sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (Sea Today, 2021). Brand Media Indonesia telah berkerjasama dengan SEA Today selama 3 tahun dan telah memproduksi 5 program acara untuk SEA Today. Diantaranya yaitu *Teman Bicara*, *Sportlite*, *Factory Buddy*, *Knock the Doc!* dan *Buddy Talk*, yang dimana tayang ditiap harinya

Peran kreativitas dalam industri pertelevisian memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang perkembangan serta kesuksesan sebuah program televisi. Tim kreatif atau yang sering disebut sebagai *creative team* memiliki tanggung jawab utama dalam menciptakan berbagai bentuk konten yang tidak hanya orisinal dan menarik, tetapi juga memiliki nilai komersial yang tinggi sehingga dapat diterima dengan baik oleh audiens atau penonton. Proses kreatif ini melibatkan berbagai tahapan yang kompleks dan saling berkesinambungan, dimulai dari tahap praproduksi yang mencakup perencanaan konsep, penulisan naskah, serta perancangan elemen *visual* dan naratif, kemudian berlanjut ke tahap produksi di mana ide-ide yang telah dirancang mulai dieksekusi dalam bentuk gambar dan suara, hingga akhirnya memasuki tahap pascaproduksi yang meliputi penyuntingan, penambahan efek *visual*, serta penyempurnaan aspek teknis lainnya agar hasil akhir program televisi menjadi lebih menarik dan berkualitas tinggi.

Dalam konteks ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk berkontribusi dalam tim kreatif dengan menempati posisi sebagai *Creative Intern*, di mana tugas dan tanggung jawab yang dijalankan mencakup berbagai aspek pengembangan ide serta implementasi konsep kreatif dalam produksi program televisi.

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

Program magang Kampus Merdeka merupakan kegiatan yang wajib diikuti sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Dalam program ini, mahasiswa akan memperoleh pengalaman kerja magang dengan total durasi 640 jam kerja, yang setara dengan 20 SKS.

Total 20 SKS tersebut mencakup beberapa mata kuliah yang harus ditempuh, yaitu *Professional Business Ethics* (3 SKS), *Industry Experience* (7 SKS), *Industry Model Validation* (7 SKS), serta *Evaluation and Reporting* (3 SKS).

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan program magang, yang merupakan syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, diawali dengan sesi pembekalan dari program studi di masing-masing fakultas. Setelah itu, penulis menyusun CV serta portofolio yang telah diperbarui berdasarkan pengalaman terbaru. Portofolio tersebut mencakup hasil karya yang telah dibuat selama masa perkuliahan maupun proyek pribadi, kemudian disebar ke berbagai *studio* lokal dan agensi.

Penulis secara mandiri mencari *studio* lokal yang menyediakan jobdesk sesuai dengan bakat dan minatnya, yakni di bidang *creative* dan pada jobdesk Produksi di dalam diantaranya adalah sebagai *assistant camera* dan *lighting support*. Proses pencarian tempat magang dilakukan dengan mencari informasi lowongan magang melalui *Instagram*, *LinkedIn*, *Group WhatsApp* serta grup *Discord* mahasiswa film di UMN yang berpotensi menawarkan posisi sebagai Asisten Camera/Lighting Support. Penulis sempat memberikan CV dan Portofolionya kepada Production House lokal yang bernama BuddyBuddyPictures tetapi akhirnya tidak mendapat respon balik. Akhirnya setelah beberapa minggu mencari kemudian penulis mendapat tawaran untuk bekerja di Brand Media Indonesia sebagai tim *creative*.

Penulis memiliki kesempatan untuk menjalani program magang di PT Perusahaan PT. Bangun Media Indonesia selama empat bulan, mulai dari 20 Januari 2025 hingga 18 Mei 2025. Magang dilakukan pada hari dan jam kerja yang telah ditetapkan, yaitu Senin hingga Jumat, dari pukul 10.00 WIB hingga 18.00 WIB. Namun, jadwal kerja ini bersifat fleksibel, sehingga penulis dapat bekerja melebihi jam yang telah ditentukan jika diperlukan.