

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi komunikasi visual mengalami kemajuan pesat sejak akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20, yang kemudian melahirkan media revolusioner bernama televisi. Cikal bakal televisi bermula dari penemuan cakram Nipkow oleh Paul Gottlieb Nipkow pada tahun 1884, yang menjadi dasar sistem pemindaian gambar secara mekanis. Pada 1927, Philo Farnsworth berhasil mengembangkan sistem televisi elektronik pertama di Amerika Serikat, yang menjadi fondasi bagi televisi modern. Di Inggris, John Logie Baird turut memberikan kontribusi melalui pengembangan televisi mekanis yang mampu mentransmisikan gambar bergerak menggunakan sinyal elektronik. Perpaduan temuan-temuan ini menandai lahirnya teknologi televisi, yang kemudian berkembang menjadi media penyiaran utama di berbagai belahan dunia (Briggs & Burke, 2005).

Memasuki era 1930-an hingga 1940-an, siaran televisi mulai diperkenalkan kepada publik, khususnya di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Inggris. Meski sempat terhambat akibat Perang Dunia II, industri televisi kembali bangkit dan mengalami pertumbuhan signifikan pada dekade 1950-an, saat televisi mulai menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, baik sebagai media hiburan maupun penyebaran informasi dan opini.

Perkembangan televisi dunia juga turut mempengaruhi Indonesia. Siaran televisi pertama kali hadir pada tahun 1962 melalui pendirian Televisi Republik Indonesia (TVRI), yang didirikan untuk mendukung penyelenggaraan Asian Games IV di Jakarta. Sebagai stasiun televisi nasional pertama, TVRI berperan sebagai instrumen komunikasi pemerintah dalam menyebarkan informasi dan membentuk identitas nasional (Siregar, 2006).

Baru pada akhir 1980-an, industri penyiaran Indonesia mulai memasuki era liberalisasi dengan hadirnya televisi swasta seperti RCTI, disusul oleh SCTV, ANTV, dan Indosiar, yang memperkaya pilihan tayangan bagi masyarakat.

Salah satu tonggak penting dalam perkembangan televisi swasta adalah kehadiran Metro TV, yang resmi mengudara pada 25 November 2000. Didirikan oleh Surya Paloh, Metro TV menjadi stasiun televisi berita pertama di Indonesia. Ketertarikan penulis terhadap dunia media, khususnya bidang produksi program televisi, mendorong keinginan untuk memahami proses kerja di balik layar secara lebih mendalam. Metro TV dipilih sebagai tempat magang karena reputasinya sebagai stasiun televisi berita yang kredibel dan profesional, serta komitmennya dalam menyajikan program-program berkualitas yang informatif dan mendidik. Penempatan penulis di Departemen *Non Bulletin Production*, khususnya dalam tim program *Q&A*, memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses produksi program talkshow yang membahas isu-isu aktual dari berbagai perspektif.

Melalui posisi sebagai *Production Assistant* (PA), penulis dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan, terutama dalam bidang komunikasi strategis dan produksi media kreatif. Selain itu, peran ini juga memungkinkan penulis untuk mengasah kemampuan koordinasi, problem solving, serta adaptasi dalam lingkungan kerja profesional yang dinamis. Pengalaman magang ini diharapkan menjadi sarana untuk menjembatani antara teori dan praktik, serta memperluas pemahaman penulis mengenai proses produksi konten media televisi di era digital.



Gambar 1.1 Laporan Digital 2025

Sumber: datareportal.com (2025)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengonsumsi media, termasuk televisi. Berdasarkan laporan *Digital 2025: How Internet Users Watch TV* oleh We Are Social dan Meltwater (2025), sebanyak 97,5% pengguna internet global usia 16 tahun ke atas masih menonton tayangan televisi dalam berbagai bentuk. Namun, mayoritas dari mereka, yakni 91,9%, lebih memilih mengakses konten melalui layanan on-demand seperti YouTube, Vidio, dan Netflix. Sementara itu, 87,8% pengguna masih menikmati siaran langsung atau *live*, dan 22,9% menonton tayangan rekaman yang telah disimpan di perangkat pribadi. Hanya 2,5% yang tidak menonton televisi sama sekali, angka yang menunjukkan bahwa meskipun bentuknya telah bertransformasi, televisi tetap menjadi media yang relevan dan diminati.

Kondisi ini mencerminkan bahwa konsumsi media kini lebih bersifat personal, fleksibel, dan berbasis preferensi individu. Audiens tidak lagi pasif menonton berdasarkan jadwal tetap, melainkan aktif memilih kapan, di mana, dan melalui platform apa mereka ingin mengakses konten. Hal ini sejalan

dengan teori *Uses and Gratifications* dari Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973), yang melihat audiens sebagai pihak aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informatif, hiburan, dan identitas pribadi. Selain itu, teori *Encoding–Decoding* oleh Stuart Hall (1980) juga relevan, bahwa makna media dibentuk melalui proses interaktif antara produsen dan konsumen pesan, sehingga strategi distribusi dan bentuk penyampaian pesan menjadi sama pentingnya dengan isi pesan itu sendiri.

Fenomena pergeseran pola konsumsi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi media penyiaran seperti Metro TV. Didirikan pada tahun 2000 sebagai stasiun televisi berita pertama di Indonesia, Metro TV tidak hanya menyajikan informasi aktual melalui siaran konvensional, tetapi juga mulai mengadaptasi pendekatan multi-platform dengan mengembangkan distribusi konten ke kanal digital seperti media sosial dan YouTube. Dengan kekuatan editorial dan pengalaman dalam penyiaran berita, Metro TV terus berupaya menjangkau audiens lintas generasi dan kebiasaan menonton yang terus berubah.

Melihat transformasi ini, penulis merasa tertarik untuk memahami lebih dalam bagaimana proses adaptasi media dilakukan di ruang produksi televisi, khususnya di balik layar. Oleh karena itu, penulis memilih untuk menjalani magang di Metro TV, tepatnya di Departemen *Non Bulletin Production* dalam program *Q&A*, sebuah program talkshow yang membahas isu-isu aktual dengan pendekatan informatif dan dialogis. Penempatan sebagai *Production Assistant* (PA) menjadi pilihan karena memungkinkan penulis terlibat langsung dalam keseluruhan proses produksi, mulai dari tahap pra-produksi, pelaksanaan tapping, hingga koordinasi teknis dan distribusi visual.

Peran ini tidak hanya memberi pemahaman teknis mengenai alur kerja media, tetapi juga menjadi ruang belajar untuk mengimplementasikan konsep *creative media production* secara langsung. Ketertarikan penulis pada dunia

media dan strategi penyampaian pesan publik di era digital menjadi motivasi utama dalam menjadikan pengalaman magang ini sebagai sarana penguatan kompetensi profesional dan akademik di bidang komunikasi.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu bagian penting dari kurikulum pendidikan tinggi, khususnya dalam program studi Ilmu Komunikasi yang menekankan keseimbangan antara teori dan praktik. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pengalaman langsung di lingkungan profesional yang relevan dengan bidang keilmuannya. Magang tidak hanya menjadi sarana untuk memahami dinamika dunia kerja, tetapi juga menjadi bentuk konkret dari pembelajaran berbasis pengalaman sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 53 Tahun 2023 tentang pembelajaran yang berorientasi pada praktik nyata di lapangan (*experiential learning*).

Maksud utama dari pelaksanaan kerja magang di stasiun televisi PT Media Televisi Indonesia (Metro TV) adalah untuk memberikan mahasiswa kesempatan mengeksplorasi secara langsung aktivitas industri komunikasi di lingkungan media penyiaran televisi. Selama proses magang, penulis ditempatkan di Departemen Produksi, khususnya pada program non-buletin *Q&A*. Di sini, penulis tidak hanya mendapatkan pemahaman teoritis mengenai proses produksi, tetapi juga terlibat dalam praktek kerja nyata mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang di Metro TV adalah sebagai berikut.

1. Memenuhi kebutuhan untuk mata kuliah *Internship* di Semester 6 dan juga sebagai salah satu syarat kelulusan.
2. Mengetahui proses kerja pada Departemen *Non Bulletin Production* di stasiun televisi PT Media Televisi Indonesia

3. Menambah wawasan dan mempelajari cara kerja langsung pada dunia kerja khususnya di perusahaan media
4. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang mata kuliah *Creative Media Production* pada Departemen Produksi distasiun televisi PT Media Televisi Indonesia

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

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

Sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara yang menetapkan jika prosedur jam magang wajib berdurasi minimal 100 hari kerja dan 640 jam kerja. Aktivitas pelaksanaan kerja magang penulis berlangsung kurang lebih berdurasi 4 bulan, terhitung sejak tanggal 25 Februari sampai dengan tanggal 30 Juni 2025 sebagai Producer Assistant di PT Media Televisi Indonesia (Metro TV) dalam Program *Q&A* di Departemen *Non Bulletin Production*. Penulis bekerja dengan *flexible hour* dari hari Senin sampai dengan hari Jumat. Praktek kerja magang sendiri dilakukan di kantor atau *Work From Office (WFO)* di Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520 - Indonesia.

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

##### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di email untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan

dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.

- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

- 1) Proses pengajuan praktek kerja magang dengan mengirimkan email lamaran serta melampirkan CV dan Portofolio ke email rekrutmen PT Media Televisi Indonesia [recruitment.metrotv@gmail.com](mailto:recruitment.metrotv@gmail.com).
- 2) Menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp HRD PT Media Televisi Indonesia pada tanggal 14 Februari 2025.
- 3) Melakukan pengajuan untuk KM-01 (Kartu Magang) kepada Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Melakukan interview dengan HR PT Media Televisi Indonesia juga Produser Program *Non Bulletin* Showbiz Metro TV pada 18 Februari 2025.
- 5) Menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp HRD PT Media Televisi Indonesia pada tanggal 23 Maret dan mendapat surat penerimaan praktek kerja magang pada tanggal 24 Maret yang ditandatangani oleh HR Executive PT Media Televisi Indonesia, Adinda Azalia.
- 6) Melakukan kerja magang di PT Media Televisi Indonesia pada tanggal 25 Februari 2025.

### **C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang**

- 1) Praktek kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Producer Assistant* di Program *Showbiz* yang kemudian dialihkan ke Program *Q&A* pada Departemen *Non Bulletin Production*
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Produser Program *Showbiz*, Nurfi Yulianti yang kemudian dialihkan kepada Produser Program *Q&A*, Pirsia Hening Paramadina.
- 3) Pengisian serta penandatanganan seluruh formulir dilakukan bersamaan dengan proses praktek kerja magang sembari mengajukan lembar penilaian program kerja magang secara langsung kepada Produser Program *Q&A* di akhir periode program jam kerja magang.

### **D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang**

- 1) Pembuatan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Azelia Faramita selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Zoom.
- 2) Laporan praktek kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktek kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.