

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media hiburan arus utama merupakan bagian signifikan dalam kehidupan manusia. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa media memiliki peran besar dalam menyampaikan informasi mengenai bagaimana dunia bekerja serta menjadi sarana edukasi dalam berbagai bidang (Ward et al. 2024). Masyarakat dan media memiliki hubungan yang erat karena posisi media dalam setiap era menjadi elemen esensial dalam kehidupan sosial (McLuhan & Fiore, 2001). Hal ini menyebabkan banyak media massa dikemas dalam berbagai bentuk, mulai dari surat kabar, majalah, radio, hingga televisi, yang masing-masing memiliki karakteristik dan segmentasi pasar tersendiri.

Seiring berjalannya waktu, industri media terus mengalami transformasi akibat kemajuan teknologi dan perubahan preferensi audiens. Saat ini, media digital dan platform berbasis internet semakin mendominasi, memungkinkan aksesibilitas yang lebih luas serta interaksi yang lebih dinamis antara produsen dan konsumen media. Alhasil, media massa pun mengalami konvergensi. Konvergensi diartikan oleh Burnett dan Marshall dalam (Iskandar, 2018:30) sebagai penggabungan industri media dengan teknologi computer dan telekomunikasi menjadi sebuah fungsi berupa komunikasi digital. Dalam pandangan lain, Henry Jenkins (2006) mendefinisikan konvergensi sebagai perubahan yang mencakup aspek teknologi, industri, budaya, dan sosial dalam peredaran media di kalangan masyarakat.

Terlepas dari kemajuan media daring, televisi, sebagai salah satu jenis media massa sendiri, masih memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat (McQuail, 2011). Data terbaru dari Survei Reuters Institute (2024) menunjukkan bahwa 48% masyarakat Indonesia masih bergantung pada televisi sebagai sumber berita mereka. Dengan hadirnya konvergensi media, televisi pun

beradaptasi agar tetap relevan dengan kebutuhan audiens. Perkembangan teknologi membuat televisi semakin mudah diakses, baik untuk keperluan hiburan maupun informasi. Selain itu, media berbasis elektronik seperti televisi memiliki keunggulan dalam penyiaran langsung dari lokasi kejadian serta dapat diakses secara gratis (Abdullah & Puspitasari, 2018).

Dalam konteks industri televisi di Indonesia, TVRI diresmikan sebagai stasiun televisi yang pertama di Indonesia pada 24 Agustus 1962. Pada saat itu, TVRI menjadi stasiun televisi yang dikelola oleh pemerintah sekaligus menjadi satu-satunya stasiun televisi yang ada di Indonesia. Beberapa tahun kemudian, yaitu sekitar tahun 1989, barulah muncul televisi swasta pertama di Indonesia, yaitu RCTI. Di tahun yang sama, MNC Group juga didirikan sebagai perusahaan multinasional yang bekerja dalam banyak bidang, salah satunya adalah industri media.

Sebagai bagian dari ekspansi bisnis, MNC Group mendirikan Indovision pada 1994. Indovision sendiri menjadi salah satu pelopor layanan televisi berlangganan yang mulai beroperasi pada 1994. Seiring perkembangannya, layanan Indovision mengalami rebranding menjadi MNC Vision dan berada di bawah naungan PT MNC Vision Networks. Pada tahun 1997, Indovision menjadi pionir dalam transisi siaran analog ke digital. Perkembangan ini berkontribusi terhadap peningkatan pada angka jumlah pelanggan, yang tercatat mencapai puluhan ribu pada akhir tahun 1990-an (Nangoy & Tumbuan, 2018).

Kemudian, pada tahun 2006, MNC Group mendirikan MNC Channels. Jaringan televisi berlangganan ini terus berkembang dengan menghadirkan berbagai kanal yang disesuaikan dengan segmen audiens yang beragam. MNC Channels menghadirkan program yang mencakup berbagai kategori, seperti MNC News, Music TV and Entertainment, MNC Sports, Lifestyle & Fashion, Besmart, Muslim TV, dan Life Channel.

Life Channel sendiri merupakan saluran yang menayangkan program-program rohani khusus untuk umat Kristiani. Saluran ini menghadirkan konten kerohanian selama 24 jam nonstop. Salah satu peran yang terdapat dalam proses produksi konten saluran Life Channel adalah *creative intern*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan penulis di Life Channel memiliki beberapa maksud dan tujuan utama, baik dari segi akademis, profesional, maupun pengembangan diri. Adapun tujuan yang ingin dicadpai selama magang ini antara lain:

1. Memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, khususnya dalam program studi Jurnalistik yang mewajibkan mahasiswa mengikuti program magang MBKM.
2. Menerapkan secara langsung ilmu yang telah diperoleh melalui mata kuliah, terkhususnya dalam hal Video Program Production dan produksi konten jurnalistik rohani.
3. Memahami dan terlibat dalam proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi konten televisi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum resmi melaksanakan kerja magang, penulis terlebih dahulu menjalankan beberapa tahapan seleksi dari perusahaan. Pada Senin, 6 Januari 2025, penulis mengirimkan Curriculum Vitae (CV) dan portofolio ke email HR MNC Channels, Kuswantoro Hadi. Penulis sendiri mendapatkan email HR MNC Channels melalui seorang rekan yang merekomendasikan penulis untuk melamar kepada sebuah posisi *creative intern* di Life Channel. Pada hari itu juga, Kuswantoro Hadi langsung mengabarkan penulis untuk menghadiri wawancara daring melalui Zoom pada Selasa, 7 Januari 2025 bersama dengan user. Adapun

user yang penulis maksud adalah kedua produser Life Channel, Maria Florensia dan Yudha Putera.

Setelah melalui wawancara tersebut, penulis diterima dan diarahkan untuk melaksanakan praktik kerja magang sebagai *creative* intern di Life Channel. Penulis pun mulai aktif melaksanakan magang terhitung sejak tanggal 13 Januari 2025, bertempat di MNC Studios, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Sesuai dengan ketentuan program studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara (UMN), mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan praktik kerja magang selama 80 hari atau sekitar 640 jam kerja. Oleh sebab itu, magang ini berlangsung mulai dari 13 Januari hingga 13 Mei 2025.

Selama magang, penulis ditempatkan sebagai intern di bagian tim *creative* dalam produksi berbagai program di Life Channel. Sistem kerja yang diterapkan adalah Work From Office (WFO) dari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja reguler pukul 09.00-18.00 WIB. Namun, apabila terdapat jadwal syuting di studio atau lokasi luar kantor, jam kerja dapat dimulai lebih awal, yaitu pukul 08.00-19.00 WIB. Sementara itu, Sabtu dan Minggu adalah hari libur atau tidak terdapat jam kerja. Namun, jam kerja ini bisa juga berubah secara fleksibel apabila ada aktivitas syuting atau produksi program yang perlu dijalani.

Dalam pelaksanaan magang, tidak terdapat *briefing* harian yang bersifat wajib. *Briefing* hanya dilakukan jika terdapat tugas, kegiatan syuting, atau proyek tertentu yang membutuhkan arahan lebih lanjut. Tugas yang diberikan selama magang bersifat dinamis dan beragam, meliputi *brainstorming* konsep dan ide program, pencarian *talent* dan narasumber, penulisan naskah acara, pembuatan pertanyaan untuk narasumber, penentuan lokasi syuting, pengumpulan *footage* dan *montage* untuk konten, penyusunan naskah *editing* program, liputan, hingga kegiatan-kegiatan *taping* di studio maupun di luar studio.