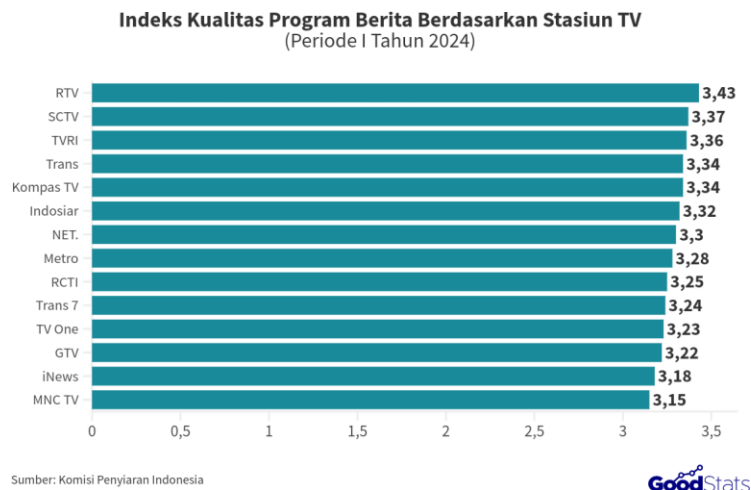


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri televisi di Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai salah satu media massa utama, televisi memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada publik. Namun, dengan kehadiran platform digital dan layanan streaming telah mengubah lanskap media telah memberikan tantangan bagi industri stasiun televisi untuk bisa beradaptasi dan tetap berusaha relevan di era digital yang semakin maju. Berdasarkan data dari *Goodstats.id*, pada Oktober 2024 sebanyak 57% responden sudah minim dalam menonton televisi lokal dalam beberapa bulan terakhir. Meskipun mengalami penurunan jumlah penonton, beberapa stasiun televisi tetap berupaya untuk menjaga kualitas program siarannya. Berdasarkan data dari *Komisi Penyiaran Indonesia* (KPI) untuk periode tahun 2024, Peringkat tertinggi berhasil ditempatkan oleh RTV yang dengan angka 3,36. Sedangkan, peringkat terendah ditempatkan oleh MNC STUDIOS dengan angka 3,15. Dengan adanya nilai kualitas ini menunjukkan sebuah persaingan di industri pertelevisian lokal terlebih lagi dengan berkurangnya jumlah penonton televisi di Indonesia.



Gambar 1. 1 Data indeks kualitas program berita (sumber: Komisi Penyiaran Indonesia)

Televisi menyajikan program yang berbeda-beda menyesuaikan kebutuhan dan target dari masing-masing stasiun televisi. Jenis program televisi dibagi terbagi menjadi 3 bagian, yaitu edukasi dan hiburan.

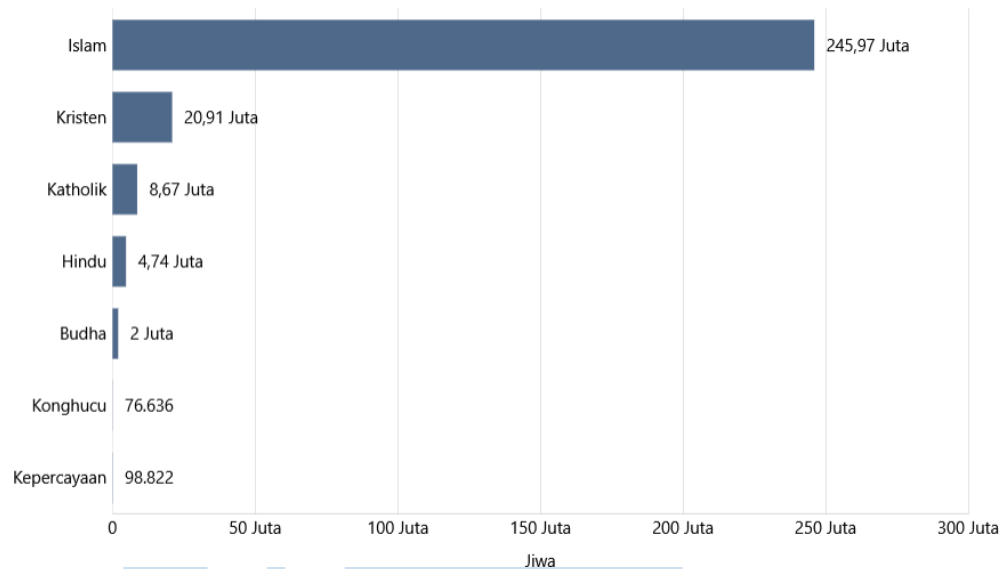
Program edukasi meliputi berita, *talk show*, dokumenter, dan program yang bertujuan memberikan info-info menarik dan penting kepada penonton. Program hiburan meliputi sinetron, *reality show*, komedi, musik, dan program religi yang dirancang untuk menghibur penonton. Menurut Morissan, M.A. (2013;217) menyatakan bahwa stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beraneka ragam.

Program yang memiliki peranan penting dan dibutuhkan juga bagi penonton adalah program religi. Program religi memiliki peranan penting dalam menyampaikan nilai-nilai spiritual kepada masyarakat. Program religi tidak hanya sekedar hiburan, tetapi juga sebagai manfaat untuk sarana edukasi dalam konteks keagamaan, terutama di negara Indonesia yang memiliki keberagaman agama. Berdasarkan jurnal yang berjudul “*Evolusi Konten Religius Televisi di Indonesia*” Oleh Aldin Aldama (2025), televisi di Indonesia memainkan peran signifikan dalam membentuk keagamaan di masyarakat. Seiring dengan berkembangnya dinamika sosial, politik, dan budaya bentuk program keagamaan turut berevolusi dari

tayangan ceramah atau khotbah menjadi dikemas dalam bentuk sinetron religi, *talkshow* keagamaan, hingga kuis yang berisi pengetahuan tentang agama.

Dalam menyajikan konten program keagamaan tetap sesuai dengan nilai-nilai religi dan tidak memicu konflik sosial, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) telah membentuk ***Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002*** tentang Penyiaran, salah satunya adalah ***Peraturan KPI Nomor 03/P/KPI/07/2010*** tentang ***Standar Program Siaran (SPS)*** yang dalam pasal 6 mengatakan “*Program siaran wajib menghormati nilai dan norma agama, tidak menimbulkan kebencian antar kelompok, serta tidak menampilkan konten yang memicu konflik suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA)*”. Dengan demikian keberadaan program religi di televisi tidak hanya memberikan kontribusi tentang spiritual, tetapi juga bertanggung jawab dalam menjaga keharmonisan antar umat beragama.

Indonesia merupakan negara dengan tingkat keberagaman agama yang tinggi tercermin dari jumlah penganut agama. Berdasarkan katadata.com, tepat pada Agustus 2024 telah tercatat bahwa mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dengan jumlah mencapai 245,97 juta jiwa. Agama Kristen berada di posisi kedua dengan jumlah 20,91 juta jiwa, diikuti oleh Katolik sebanyak 8,67 juta jiwa. Selanjutnya, terdapat pula penganut agama Hindu sebanyak 5,74 juta jiwa, Buddha sekitar 2 juta jiwa, Konghucu sejumlah 76.636 Jiwa, dan penganut agama kepercayaan sebanyak 98.822 jiwa.



Gambar 1. 2 Jumlah penduduk Indonesia berdasarkan agama (2024). Sumber: databoks.katada.co.id.

Media massa telah memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi masyarakat. Menurut *Griffin, Ledbetter, dan Sparks (2019)*, media massa memiliki sebuah peran dan misi utama dalam komunikasi massa untuk menyebarkan informasi kepada publik secara luas serta memiliki peran untuk bisa membentuk opini publik melalui berbagai mekanisme. Terlebih dengan berkembang pesatnya zaman mempermudah masyarakat untuk menerima informasi begitu cepat. Begitu pula dengan dunia industri penyiaran yang terus mengalami perubahan transformasi untuk terus menghadirkan konten yang lebih menarik dan relevan kepada masyarakat. Dalam teori *Agenda Setting* yang dikemukakan oleh *McCombs & Shaw (1972)*, telah menjelaskan bahwa media hadir tidak hanya untuk memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga bertujuan untuk membentuk persepsi publik mengenai isu-isu yang dianggap penting.

Selain menyajikan hiburan dan selain informasi umum televisi menyediakan program tayangan yang berkaitan dengan nuansa keagamaan, motivasi spiritual,

dan nilai-nilai kebajikan sosial telah menjadi bagian dari siaran yang tidak hanya sekedar edukasi.

Televisi juga memiliki sebuah kemampuan untuk menentukan topik yang cocok untuk menjadi perhatian publik atau masyarakat. Seiring berjalannya waktu dan zaman, industri penyiaran terus mengalami transformasi untuk terus menghadirkan konten yang menarik dan relevan bagi masyarakat. Perkembangan media massa tentu tidak terjadi secara bertahap dengan pola yang jelas melainkan terjadi perubahan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti inovasi teknologi, ekonomi, kondisi sosial, dan politik yang mampu membentuk arah inovasi teknologi penyiaran (Neuman, 2010). Salah satunya teknologi media yang sering digunakan oleh seluruh masyarakat adalah adanya televisi. Televisi telah menghadirkan berbagai keuntungan seperti menyajikan konten informasi dan hiburan berupa visual yang bergerak.

Salah satu perusahaan media yang berperan dalam industri penyiaran di Indonesia adalah MNC TV. MNC TV merupakan bagian dari PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) dan MNC Group sekaligus dipimpin oleh Hary Tanoesoedibjo. Perusahaan media ini telah berdiri sejak 1989 dan menjadi salah satu media stasiun televisi nasional yang menghadirkan berbagai program berkualitas, menghibur, dan mengedukasi dengan menyajikan berbagai program unggulan untuk masyarakat. Perusahaan media ini juga mengoperasikan beberapa stasiun televisi seperti RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews. Tidak hanya itu, MNC Group juga memiliki bisnis lain seperti perbankan dan pariwisata.

Terdapat 16 MNC Channels yang masih aktif seperti berita (MNC News), keagamaan (Muslim TV, LIFE), gaya hidup (Lifestyle Fashion, Infotainment), anak-anak (KIDS TV), pendidikan (BESMAR, SLC), olahraga (MNC SPORT), musik (Music TV), umum (Entertainment, Vision Prime, OK TV).

Salah satu program yang ditayangkan di MNC CHANNEL adalah Program *LIFE CHANNEL*. *LIFE CHANNEL* merupakan program rohani kristiani yang

menyajikan konten-konten inspiratif seperti khotbah, renungan, serta kisah-kisah menarik yang tentunya mengangkat nilai kehidupan dan spiritualitas. Program ini memiliki tujuan penting untuk memberikan wawasan dan pembelajaran positif kepada penonton terutama mereka yang ingin memperdalam nilai-nilai keagamaan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, sesuai dengan teori *Uses and Gratifications* oleh Blumler dan Katz (1974) yang menjelaskan bahwa audiens akan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka termasuk edukasi dan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa peran media telah menjadi sarana edukasi yang relevan bagi masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hal ini, *Life Channel* dapat dikategorikan sebagai program yang memenuhi kebutuhan audiens dalam ruang lingkup edukasi kerohanian dengan berbagai tayangan seperti *The Art of Church*, *Sojourners*, *Shalom Doc*, *Way Out*, *This is My Song*, *Cooking with Love*, *Life Music*, dan *Rhema*.

Hal tersebut menjadi salah satu alasan utama bagi penulis untuk memilih menjalani proses magang pada posisi *Production Assistant (PA)* di program *Life Channel* yang merupakan program di MNC Channel. Penulis telah melihat bahwa posisi ini telah memberikan sebuah kesempatan untuk bisa memahami secara langsung proses kerja produksi siaran televisi, mulai dari tahap pra-produksi sampai produksi di lapangan atau studio milik MNC. Melalui pelaksanaan magang ini penulis berupaya menerapkan ilmu dan wawasan yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam bidang produksi media dan penyiaran.

Dalam praktiknya, penulis juga bertanggung jawab atas berbagai hal teknis selama proses pra-produksi seperti menyiapkan perlengkapan *shooting* baik saat liputan lapangan maupun produksi di studio 6 milik MNC. Peralatan yang disiapkan meliputi kamera, tripod, kabel, baterai, mikrofon, serta *lightning*. Sementara saat produksi berlangsung, penulis juga kerap dilibatkan sebagai *camera person* saat setiap kali diadakan kegiatan liputan di luar kantor serta membantu pengoperasian alat perekam yang bernama *AJA RECORD* di ruang *Master Control Room (MCR)*

untuk produksi di Studio 6 untuk membantu *Head Production* dalam proses produksi program dalam bentuk *live on tape*.

Adanya pengalaman ini telah memberikan pengalaman menarik di bidang produksi penyiaran, terutama dalam hal koordinasi seperti teknis dan keterlibatan langsung di balik layar produksi konten televisi. Dengan keterlibatan penulis dalam berbagai tahapan, penulis tidak hanya memperoleh gambaran secara nyata tentang bagaimana sebuah tayangan dirancang dan disiarkan, tetapi juga belajar untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab dan ketelitian dalam setiap detail proses produksi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dengan mengikuti program magang di MNC STUDIOS pada Program *LIFE CHANNEL* sebagai *Production Assistant*. Penulis ingin memahami berbagai proses produksi yang akan tayang di televisi dan pemanfaatan media sosial mulai dari perencanaan, distribusi, dan pelaksanaan konten kepada penonton. Tujuan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut.

1.2.1 Memahami Proses Produksi Konten Televisi

Pada kesempatan magang, penulis ingin mengetahui dan memperoleh wawasan dalam proses produksi media di MNC STUDIOS terutama *LIFE CHANNEL* seperti merencanakan konten tayang, proses pengambilan syuting, memberikan ide kreatif untuk konten, sampai proses distribusi tayang kepada penonton.

1.2.2 Mendapatkan Pengalaman Bekerja di Media Televisi

Proses percobaan kerja atau magang ini memiliki tujuan untuk mengetahui suasana atau gambaran nyata tentang dunia kerja terutama di media televisi. Dengan mendapatkan pengalaman kerja nyata ini, penulis bisa mempersiapkan diri dengan lebih baik untuk

memasuki dunia kerja yang sebenarnya setelah penulis menyelesaikan pendidikan masa perkuliahan.

1.2.3 Meningkatkan Kemampuan Bekerja Sama dalam tim

Dalam dunia kerja terutama di media penyiaran, kerja sama sangat diperlukan. Pada kesempatan magang di MNC STUDIOS, penulis tentu mempelajari banyak hal cara bekerja sama dalam dunia penyiaran dengan berbagai pihak seperti produser, tim kreatif, editor, sutradara, kameramen dan kru-kru lainnya yang bekerja di balik produksi program tayang pada *Life Channel* supaya mampu berjalan dengan lancar.

1.2.4 Mendapatkan Koneksi dengan Para Profesional

Pada kesempatan magang di MNC STUDIOS, penulis tidak hanya mencari pengalaman bekerja di bidang penyiaran, tetapi penulis juga berharap mampu membangun koneksi dengan para profesional di industri penyiaran televisi yang tentunya akan sangat berguna dalam dunia karier di masa depan nanti.

1.2.5 Meningkatkan Keterampilan Soft Skill & Hard Skill di Bidang Penyiaran serta Produksi

Pada kesempatan magang di MNC STUDIOS, penulis ingin meningkatkan keterampilan dalam bentuk teknis dan non teknis dalam dunia penyiaran. Keterampilan tersebut meliputi penggunaan peralatan yang digunakan saat produksi, meningkatkan koordinasi dengan tim produksi, dan membantu menentukan serta memecahkan masalah di lapangan kerja di dunia penyiaran.

1.2.6 Memenuhi Syarat Kelulusan Akademik

Selain mendapatkan pengalaman dan meningkatkan keterampilan secara teknis serta non teknis, penulis mengikuti program magang ini memiliki sebuah tujuan untuk memenuhi persyaratan akademik Jurusan Jurnalistik.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program waktu pelaksanaan magang penulis mulai dilaksanakan pada 13 Februari 2025 dan pelaksanaan magang akan berakhir pada 14 Mei 2025. Penulis melaksanakan magang selama 4 bulan sesuai ketentuan dari pihak kampus dengan durasi 640 jam. Jam kerja magang dijadwalkan pada 10.00 WIB sampai 17.00 WIB. Walaupun waktu sudah ditetapkan oleh perusahaan media MNC STUDIOS, jam kerja fleksibel menyesuaikan kegiatan yang akan dilaksanakan dan tergantung pada kegiatan magang seperti syuting atau liputan. Seluruh kegiatan pelaksanaan magang dilakukan secara langsung di kantor atau *Work From Office* (WFO) sehingga kehadiran bekerja di kantor merupakan salah satu kewajiban yang harus dipatuhi selama masa magang berlangsung.

Penulis memulai hari pertama magang pada tanggal 13 Februari 2025. Jam kerja magang yang dijalani adalah pukul 10.00 hingga 17.00 WIB. Namun, tetap bersifat fleksibel menyesuaikan dengan kebutuhan produksi dan ketentuan jadwal yang telah ditetapkan oleh tim produksi. Dalam pelaksanaannya, penulis diwajibkan untuk menyelesaikan durasi kerja magang selama total 640 jam. Seluruh kegiatan magang dilakukan secara langsung di kantor atau *Work From Office* (WFO) sehingga kehadiran fisik menjadi salah satu kewajiban yang harus dipatuhi selama masa magang berlangsung. Penulis juga diwajibkan bekerja setiap hari senin sampai dengan hari jumat.

Program magang yang dijalani penulis dimulai pada semester 6 yang merupakan bagian dari perencanaan kurikulum perkuliahan pada Jurusan Jurnalistik. Sebelum memasuki magang, penulis diharuskan untuk mengikuti CDC

UMN dan bimbingan magang yang diselenggarakan bagi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2022. Setelah dibekali informasi magang melalui bimbingan, penulis diharuskan menyusun dan mengajukan CV serta portofolio terlebih dahulu untuk melamar posisi magang yang diinginkan penulis. Pemilihan tempat magang memiliki syarat utama yang harus diperhatikan dan dipenuhi, yaitu perusahaan atau bidang yang dilamar oleh mahasiswa dengan Jurusan Jurnalistik diharuskan bergerak di bidang media dan memiliki keterikatan atau berhubungan dengan kegiatan jurnalistik.

Dalam proses pencarian tempat magang, penulis ingin mengajukan lamaran di *Kompas.id* sebagai anggota magang *Camera Person*. Namun, karena adanya banyak calon magang atau pesaing yang ingin melamar magang di *Kompas.id* yang juga ingin melamar di bagian *Camera Person*, penulis mendapatkan kabar bahwa penulis tidak diterima. Selanjutnya, penulis masih mencoba untuk melamar di beberapa media ternama seperti Metro TV, Kompas.com, dan Prambos Radio sebagai *Assitant Production* dan *Camera Person*. Namun, penulis lebih mengutamakan untuk bisa diterima sebagai *Production Assistant*. Setelah penyerahan CV dan Portofolio melalui email dan via *Whatsapp*, penulis tetap tidak mendapatkan respon dari pihak terkait. Berbagai cara telah ditempuh untuk bisa mendapatkan tempat magang yang sesuai dengan jurnalistik termasuk mencari informasi melalui teman-teman sekelas.

Pada akhirnya, penulis memperoleh sebuah informasi bahwa MNC STUDIOS sedang membutuhkan posisi magang sebagai *Assitant Production* di salah satu program. Setelah memberikan CV dan Portofolio melalui email HRD MNC STUDIOS. Penulis langsung mendapatkan kabar pada hari yang sama bahwa penulis telah mendapatkan informasi bahwa akan diarahkan oleh HRD MNC STUDIOS ke Program *Life Channel*. Setelah diadakan wawancara secara daring melalui aplikasi *Zoom*, penulis telah mendapatkan kabar bahwa sudah secara resmi diterima dan memulai program magang pada tanggal 13 Februari 2025 di MNC STUDIOS pada Program *Life*

Channel sebagai *Production Assistant*. Program magang yang akan dilaksanakan dimulai dari jam 10.00 WIB sampai 17.00 WIB sesuai dengan jam kantor.

Sebelum melakukan pekerjaan secara penuh sebagai pekerja magang, penulis diarahkan dan dibimbing terlebih dahulu untuk mengikuti sesi pengenalan lingkungan kerja terutama di Program *Life Channel* seperti pengenalan program-program serta proses liputan yang akan dijalankan kedepannya baik di luar kantor maupun di studio 6. Studio 6 merupakan studio utama yang digunakan dalam proses produksi syuting dan *tapping* program di MNC STUDIOS. Saat ingin melakukan liputan atau syuting, penulis juga harus mempersiapkan berbagai macam peralatan dan kebutuhan untuk keperluan proses produksi program. Selama masa magang, kegiatan jam kerja di Program *Life Channel* bersifat fleksibel dalam artian setiap kegiatan seperti liputan atau syuting.

Selain harus terlibat dalam produksi program, penulis juga memiliki tanggung jawab dalam menulis laporan magang yang merupakan bagian dari syarat kelulusan magang. Beberapa dokumen penting seperti laporan formulir KM-01 sampai KM-07 juga wajib untuk diselesaikan. Kemudian, penulis juga harus diwajibkan untuk menulis laporan harian magang yang sedang dijalani selama empat bulan magang di MNC STUDIOS sebagai *Production Assistant* di Program *Life Channel*.

Secara keseluruhan, proses percobaan kerja atau magang di MNC STUDIOS, khususnya di Program *Life Channel* telah memberikan pengalaman langsung serta berharga dalam memahami alur kerja di industri media televisi. Penulis tidak hanya mendapatkan pengalaman sebagai *Production Assistant*, tetapi juga mencari tahu dan mencoba mendapatkan pengalaman lain dari bidang lain dengan tujuan mencari kesempatan untuk mencari pengalaman baru. Pengalaman serta setiap proses yang didapatkan akan menjadi pengalaman berharga bagi penulis untuk bisa mengetahui lebih dalam lagi bekerja di bidang media atau jurnalistik.