

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri televisi telah mengalami perubahan besar berkali-kali. Dimulai dari era reformasi hingga saat ini. Oleh karena itu, televisi merupakan salah satu media konvensional yang masih sanggup bertahan di era banyaknya media alternatif lainnya yang mulai bermunculan. Jika dilihat dari hasil survei Nielsen, televisi masih berdiri di posisi teratas menempati posisi yang cukup diminati oleh masyarakat (Haqqu, 2020).

Salah satu transformasi besar yang terjadi belakangan ini adalah peralihan yang terjadi pada sistem penyiaran analog menuju digital, *Analog Switch Off* (ASO). Transformasi tersebut merupakan salah satu kebijakan pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika yang diatur dalam Peraturan Menteri Kominfo No. 05 tahun 2012. Fokus utama dari peraturan tersebut adalah memastikan bahwa penyiaran televisi digital yang efektif, berkualitas tinggi, dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Untuk mendukung transformasi digital yang ada, peran kreatif dalam industri televisi selalu melakukan eksplorasi tanpa henti, yaitu meningkatkan kualitas, konsep, hingga ragam dari tayangan yang ada (Suprihono et al., 2019). Namun, tidak dapat dimungkiri bahwa media juga perlu memikirkan kepentingan ekonomi, kebutuhan iklan dan rating (McQuail, 2010). Hal tersebut dapat dilihat dari isi konten yang lebih merujuk ke rating, selera pasar, dan kepentingan pemilik modal (Yoedtadi & Pribadi, 2020).

Sementara itu, program-program mengenai budaya lokal dan tradisional Indonesia sudah sangat sulit ditemukan. Media-media televisi terlalu berpusat

dengan slot iklan dan acara-acara modern sehingga konten budaya tidak memiliki slot tayang yang cukup (Rianto & Poerwaningtias, 2016). Jika media secara terus-menerus melakukan hal tersebut, ditakutkan budaya lokal dan tradisional akan hilang dan menjadi sesuatu yang tidak relevan hingga dianggap inferior.

Sedangkan, Indonesia sendiri memiliki budaya tradisional yang sangat kaya. Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek), telah ditetapkan bahwa hingga akhir tahun 2023, sudah terdapat sebanyak 1.941 Warisan Budaya Takbenda Indonesia (WBTbI). Setiap warga Indonesia memiliki hak untuk mengetahui segala budaya tradisional Indonesia yang ada (Sardjono, 2010). Salah satu fungsi utama dari media massa sendiri adalah menyampaikan segala informasi ke khalayak luas, memenuhi kewajiban untuk menyampaikan informasi yang menjadi hak masyarakat Indonesia (Habibie, 2018).

Sesuai dengan konsep teori representasi budaya Hall (1997), media tidak hanya menampilkan fakta dan realita, tetapi juga membentuk konstruksi makna di pikiran para penonton. Maka dari itu, dibutuhkanlah media yang secara khusus dan secara spesifik mengangkat kebudayaan lokal agar identitas nasional Indonesia tetap hidup.

Salah satu media televisi yang berani berperan mengangkat secara khusus budaya Indonesia adalah *MNC Channel* atau yang biasa juga dikenal sebagai *MNC Vision*. Di dalam *MNC Vision* terdapat saluran televisi bernama *Hanacaraka TV* yang menayangkan secara khusus konten-konten hiburan serta informasi terkait budaya Jawa, seperti program musik, kuliner, hingga berita terkini yang seluruhnya dibawakan dengan bahasa Jawa. Salah satu program unggulannya adalah *Jan Enak Tenan*. *Jan Enak Tenan* merupakan program kuliner nusantara, tidak hanya membahas dan mengulas makanan atau restoran spesifik Jawa. Selain itu, program *Jan Enak Tenan* juga tidak hanya diisi dengan mengulas makanan, tetapi juga membahas tradisi, sejarah, konsep, hingga kisah-kisah lokal dari resto maupun

makanannya. Hal-hal tersebut menjadi bukti atas komitmen yang ada terhadap pelestarian budaya Indonesia.

Dalam program tersebut, penulis terlibat secara langsung sebagai kreatif. Penulis mengisi pekerjaan tersebut karena dibutuhkan sudut pandang generasi-Z dalam merancang konsep tayangan budaya Indonesia yang sesuai. Hal tersebut dibutuhkan agar kemasan budaya tradisional Indonesia tetap dapat dikemas dengan menarik sehingga masih relevan dengan penonton di zaman sekarang ini, tanpa kehilangan esensi tradisionalnya.

Penulis melihat dan sangat setuju dengan konsep yang diusung oleh *Hanacaraka TV*, bahwa terdapat berbagai budaya menarik di Indonesia yang bisa dikenalkan kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana media tersebut mengangkat budaya Indonesia dalam upaya pelestarian budaya lokal. Penulis juga ingin mempelajari strategi pengembangan konten hingga akhirnya masih menarik dan dapat bersaing di tengah persaingan yang cukup ketat dengan konsep hiburan modern. Dengan begitu, penulis bisa lebih memahami fungsi media sebagai perantara pelestarian kebudayaan dan edukasi masyarakat, tidak hanya hiburan.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari mengikuti program magang di *Jan Enak Tenan* adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara tingkat S1.

Namun, tidak hanya untuk memenuhi syarat kelulusan, penulis juga memiliki tujuan lain yang ingin dicapai, yakni sebagai berikut.

1. Menerapkan ilmu-ilmu jurnalistik yang telah dipelajari di perkuliahan dan mempraktekannya secara nyata di dunia industri media.
2. Memahami proses produksi, dimulai dari tahap praproduksi hingga pascaproduksi.
3. Melatih kemampuan berpikir secara kritis dan kreatif.
4. Melatih kemampuan berkomunikasi dan kerjasama tim.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Menurut syarat dan ketentuan magang Universitas Multimedia Indonesia jurusan Jurnalistik, program MBKM *Track 1* mewajibkan setiap mahasiswa yang melakukan magang untuk memenuhi minimal 640 jam kerja atau sekitar 4-6 bulan kerja. Berikut waktu dan prosedur kerja magang yang ditentukan oleh perusahaan dan sudah disepakati oleh penulis. Berikut prosedur magang dan jadwal yang telah disetujui

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalani sistem magang MBKM *Track 1*. Pelaksanaan kerja magang dimulai dari 20 Januari hingga 19 Juni 2025 selama 6 bulan. Penulis diposisikan sebagai kreatif pada program *Jan Enak Tenan*, saluran *Hanacaraka TV*, *MNC Channel*.

Penulis diwajibkan untuk datang ke kantor setiap harinya. Tidak ada jadwal pasti karena jadwal disesuaikan dengan jadwal syuting yang berlangsung. Jika tidak terdapat jadwal syuting, penulis diwajibkan untuk datang ke kantor setiap pukul 11.00 - 20.00 WIB. Namun, jika terdapat jadwal syuting maupun survei, penulis diwajibkan untuk datang sesuai *crew call* yang diinfokan oleh produser. Setiap *crew call* memiliki jam yang berbeda-beda sesuai disesuaikan dengan situasi. Umumnya, syuting dilakukan 2 kali seminggu dengan hari yang tentatif, sedangkan untuk survei dilakukan 1 sampai 2 kali seminggu sesuai dengan kebutuhan jadwal syuting.



Gambar 1.1 Crew Call Jan Enak Tenan

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Saat menuju akhir dari semester 5, penulis mulai menyusun *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio untuk mempresentasikan pengalaman dan kemampuan yang dimiliki penulis dalam bekerja. Lalu, penulis mulai mengirimkan *e-mail* pada media-media di Indonesia yang sedang membuka lowongan magang yang sesuai dengan minat penulis. Dari 3 perusahaan yang dikontak oleh penulis pada akhir Desember, yaitu [kompas.tv](http://kompas.tv), [merdeka.com](http://merdeka.com),

dan MNC Channels. Namun, hanya satu perusahaan tercepat yang merespons penulis, yaitu MNC Channels.

Penulis mengirimkan tautan *Curriculum Vitae* (CV) serta portofolio ke *e-mail* Human Resources Development (HRD) MNC Channel pada 27 Desember 2024. Tepat pada 30 Desember 2024, melalui aplikasi *WhatsApp*, penulis mendapatkan panggilan *interview* pada 31 Desember 2024 yang dilakukan secara luring. Tanpa berpikir panjang, penulis langsung menyetujui panggilan *interview* tersebut.

Penulis menjalani proses *interview* secara langsung dengan dua produser program *Jan Enak Tenan*, yaitu Rhaditya Vikhantyaassa dan Iyang Puspitasari. Proses *interview* berjalan dengan lancar, hingga pada akhir *interview* penulis dijelaskan segala regulasi, *jobdesk*, jam kerja, dan sistem kerja dari seorang kreatif di *Jan Enak Tenan*. Setelah itu, kedua produser langsung memastikan bahwa penulis setuju dan tidak keberatan dengan segala hal yang telah dijelaskan, penulis langsung menyetujui dan menyatakan tidak keberatan. Hingga akhirnya kedua produser langsung menawarkan untuk bisa memulai magang dari tanggal berapa. Tanpa ragu, penulis mulai menentukan dan menyepakati 20 Januari 2025 sebagai hari pertama penulis memulai magang.

Tidak lama setelah proses *interview* selesai, penulis mendapatkan informasi penerimaan secara resmi dari Kuswantoro Hadi, selaku HRD MNC Channel. Hingga, pada akhirnya penulis memulai hari pertamanya sebagai kreatif di *Jan Enak Tenan*. Setelah proses bekerja penulis dimulai, HRD MNC Channel mengirimkan surat penerimaan (KM-02) sebagai bukti bahwa penulis telah diterima magang via *WhatsApp*. Setelah itu, penulis langsung mengunggah KM-02 ke dalam [merdeka.umn.ac.id](https://merdeka.umn.ac.id) agar dapat mengakses untuk mengisi *daily task* dan dapat menghitung jam kerja.