

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang ini, industri media dan komunikasi menjadi salah satu sektor yang paling dinamis. Dinamis disini artinya media mampu terus bergerak dan beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan tersebut. Di sisi lain, sebagai media komunikasi, pertelevisian merupakan media yang paling banyak dijangkau oleh penduduk negeri ini. Dengan potensi penetrasi hingga lebih dari 90 persen wilayah di negeri ini, televisi potensial menjadi media komunikasi yang paling signifikan mempengaruhi kehidupan masyarakat, baik kehidupan sosial ekonomi maupun politik (Ishadi, 2002; Kitley, 2003; Hollander, dkk, 2009). Apalagi media sendiri memiliki pengaruh yang paling signifikan dalam mempengaruhi opini publik.

Menurut Anwar Arifin (2011), opini publik adalah pandangan atau pendapat yang sama dan dinyatakan oleh banyak orang melalui diskusi intensif sebagai solusi dari permasalahan yang menyangkut kepentingan umum. Media massa yang menyebarkan secara luas permasalahan tersebut, hal ini yang menyebabkan opini publik mampu terbentuk. Oleh sebab itu, opini publik hanya akan terbentuk jika ada isu yang dikembangkan oleh media massa.

MNC Group, sebagai salah satu media terbesar di Asia Tenggara, telah menunjukkan eksistensinya dalam berbagai platform, mulai dari televisi, radio, media cetak, hingga platform digital.

Menurut Gunawan dalam (Purnama & Suryani, 2017) kesiapan kerja adalah salah satu hal utama bagi dunia industri atau dunia kerja untuk menjadi tenaga kerja baik dari tingkat mengengah sampai ke tingkat yang lebih tinggi dan mampu bekerja sesuai dengan bidang keahliannya. Hal tersebut didukung oleh (Simanjuntak, 2005) bahwa hasil yang di peroleh dari pendidikan dan

pengalaman kerja yakni pendidikan menghasilkan pengetahuan sedangkan pengalaman kerja menghasilkan keterampilan.

Untuk mengembangkan keterampilan penulis pada jenjang karir nantinya bagi penulis, penulis membutuhkan pengalaman magang yang relevan dan berharga. MNC Group adalah pilihan utama penulis dalam memilih tempat magang untuk ke depannya. Alasan utama penulis memilih MNC sebagai tempat magang adalah sebagai berikut :

- Reputasi dan Skala Perusahaan : MNC Group dikenal sebagai salah satu industri media terbesar yang memiliki berbagai anak perusahaan dengan berbagai bidangnya masing-masing seperti RCTI, MNCTV, GTV, dan yang lainnya. Keberagaman ini memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi berbagai aspek media dan mengembangkan keterampilan di berbagai bidang.
- Inovasi dan Adaptasi : MNC Group terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren media. Hal ini terlihat dari konten-konten dari berbagai platform digital yang mengikuti tren kekinian. Disini penulis tertarik untuk mencari tau lebih dalam mengenai tantangan dan memanfaatkan peluang yang dihadapi MNC Group di era digital ini.

Dengan latar belakang dan alasan tersebut, penulis yakin bahwa magang di MNC Group akan menjadi langkah awal yang penting dalam penentuan karir penulis di industri media dan komunikasi.

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

Bekerja magang di MNC Group bukan hanya suatu kewajiban atau sekadar langkah akademis, tetapi sebuah kesempatan untuk turun langsung menyelami dunia industri media. MNC Group sebagai media terbesar di Asia Tenggara ini

menawarkan kesempatan untuk belajar di lingkungan industri media yang beragam.

Tujuan utama magang di MNC Group adalah untuk mendapatkan pengalaman praktis yang mendalam di industri media. Dengan cakupan bisnis yang luas, mulai dari televisi, radio, media cetak, hingga platform digital, MNC Group mampu menawarkan gambaran lengkap untuk memahami berbagai aspek industri ini. Melalui magang di MNC ini, penulis berharap mampu melihat langsung bagaimana teori yang dipelajari di bangku kuliah diterapkan dalam konteks dunia kerja, serta mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika dan tantangan industri media.

Penulis berharap pembelajaran ini mampu didapatkan langsung oleh para senior yang sudah berpengalaman di divisi MNC terkait. Penulis berharap mampu mengamati bagaimana para senior bekerja, mengambil keputusan, dan mempelajari proses produksi konten, dan lainnya.

Tujuan lain adalah untuk mengembangkan keterampilan spesifik yang relevan dengan bidang studi dan minat penulis sendiri. Misalnya, penulis sebagai mahasiswa komunikasi mampu mengembangkan minat penulis di bidang keterampilan menulis, editing script, atau produksi video, maupun voice over. Dengan demikian, kerja magang di MNC Group diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berharga dan relevan bagi penulis.

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

Penulis menjalankan aktivitas magang di *Life Channel* selama empat bulan, terhitung sejak tanggal 20 Januari sampai 20 Mei 2025. Durasi ini disesuaikan dengan 640 jam kerja yang diwajibkan oleh syarat dan ketentuan dari kamus. Magang ini diawali dengan proses wawancara dengan produser *Life Channel*, Yudha Putea dan *human resources*, Kuswantoro Hadi dari MNC Channels. Proses

wawancara ini dilakukan pada hari Selasa, 14 Januari 2025 via Zoom Meeting. Awalnya, posisi yang ditawarkan adalah sebagai asisten produser atau *creative*. Namun, setelah melakukan proses wawancara, produser menyarankan penulis untuk menjadi *creative* dibandingkan asisten produser. Hal ini terjadi karena produser menilai bahwa penulis memiliki keterampilan di bidang komunikasi. Alasan lainnya adalah asisten produser banyak mengangkut barang berat dalam produksinya, yang mungkin saja akan menjadi tantangan bagi penulis ke depannya.

Penulis aktif menjalankan magang yang terhitung sejak tanggal 20 Januari 2025, bertempat di MNC Studios, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Penulis bekerja mulai dari hari Senin sampai Jumat, mulai pukul 09.00 sampai 18.00 WIB. Sementara itu, Sabtu dan Minggu terhitung sebagai hari libur.

