

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dalam media massa memegang peran penting dalam terdistribusinya dan daya konsumsi informasi. Kehadiran internet melalui media sosial, membuat televisi kini bukan lagi menjadi satu-satunya ladang informasi bagi masyarakat. Informasi kini dapat tersebar secara cepat yang berarti industri televisi kini harus berbenah dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman (Haqqu, 2020).

Hadirnya konten di platform media sosial memungkinkan semua masyarakat terhubung dengan informasi. Juga tak kalah dengan platform perusahaan media memudahkan tersambung ke masyarakat. Namun, akan berbeda jika platform perusahaan yang tidak memanfaatkan potensi media sosial, karena akan berisiko tertinggal dari kompetitor yang lebih adaptif dan inovatif.

Dalam hal ini, peran tim media sosial dan tim kreatif di televisi menjadi sangat krusial. Keduanya berkolaborasi untuk memastikan perusahaan dapat mengoptimalkan setiap peluang yang tersedia melalui media sosial. Oleh karena itu, stasiun televisi di Indonesia kini harus bersaing secara ketat dengan menayangkan program-program yang diproduksinya karena berdampak pada jumlah rating dan share. Semakin tinggi rating dan share, maka kemungkinan iklan dan sponsor akan semakin meningkat (Abdulla dkk, 2019).

Sementara itu, di satu sisi tim kreatif memegang peranan yang signifikan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan kebutuhan audiens. Konten dengan visual dan alur cerita yang kuat dapat menarik minat, mendorong interaksi, dan menyampaikan pesan brand dengan cara yang lebih efektif. Tim ini bertanggung jawab untuk merancang elemen visual seperti desain grafis, video, dan materi kreatif lainnya yang digunakan dalam kampanye media sosial maupun

strategi pemasaran digital. Konten yang dihasilkan juga harus fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan berbagai jenis platform media sosial, serta mampu memenuhi ekspektasi audiens yang beragam.

Melihat peluang media informasi yang terus berkembang, kreatifitas dalam pembuatan script/naskah menjadi senjata vital untuk dapat bersaing dengan media lainnya. Khususnya membahas hal-hal yang berangkat dari berbagai informasi yang tersebar luas di media sosial. Sejalannya dengan prodi jurnalistik yang penulis ambil, hal tersebut menjadi salah satu alasan terbesar untuk memilih posisi sebagai tim kreatif, khususnya script writer program “Check in”.

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

Program magang merupakan salah satu kegiatan yang wajib diikuti oleh mahasiswa Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai bagian dari syarat kelulusan. Melalui pelaksanaan magang ini, penulis diharapkan dapat:

1. Mengalami secara langsung suasana dan dinamika dunia kerja di industri televisi.
2. Memahami alur kerja stasiun televisi dalam memproduksi berita, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.
3. Menambah wawasan serta keterampilan baru di dunia kerja pertelevisian, sebagai pelengkap dari teori dan praktik yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
4. Menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari di bangku kuliah, seperti pada mata kuliah Media Writing, serta Interview and Report.

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

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

Salah satu kewajiban magang yang harus dipenuhi adalah pemenuhan jam kerja sesuai dengan ketentuan Program Magang Merdeka, yaitu 640 jam kerja. Berdasarkan hasil kalkulasi penulis, jika masuk 6 hari kerja selama 4 bulan dengan sehari kerja 9 jam di Senin- Jumat dan 5 jam di Sabtu, maka

640 jam kerja bisa terpenuhi. Oleh itu, sebelum Hari-H tanda tangan kontrak, penulis menawarkan diri untuk magang selama 4 bulan, dari 20 Januari 2025 sampai 19 Mei 2025, dan telah disetujui HR. Kerja dilakukan secara Work From Office (WFO) dari Senin sampai Jumat, pukul 09.00-18.00 WIB, dan Sabtu pukul 09.00-15.00 WIB.

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

Terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui khususnya untuk dapat melaksanakan praktik magang di Rajawali Televisi. Dimulai dengan mencari informasi mengenai lowongan kerja magang yang tersedia di departemen produksi. Pada 10 Januari 2025 penulis mendapatkan offering dari RTV. Kemudian, setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, penulis mengirimkan CV dan portofolio. Tahap selanjutnya yang penulis lakukan yakni mengisi formulir KM-01 yang menjadi bagian administrasi internal kampus.

Tahapan selanjutnya, penulis dengan pihak Human Resources (HR) RTV menyepakati untuk waktu *interview*. Kemudian, akhirnya ditetapkan pada 14 Januari 2025 untuk penulis melakukan *interview* melalui *zoom meeting*. Berangkat dari hasil *interview* penulis diterima menjadi mahasiswa magang dan ditempatkan di bagian Produksi II Program Check In.

Setelah resmi dinyatakan diterima sebagai *script writer* di Rajawali Televisi, penulis mengirimkan dokumen KM-02. Setelahnya, penulis mengisi formulir registrasi di website MBKM Universitas Multimedia Nusantara dan melengkapi seluruh data yang diperlukan untuk proses pendaftaran magang secara resmi. Lalu tepat pada 20 Januari 2025, penulis sudah ditugaskan masuk ke kantor untuk memulai program magang. Prosedur kebijakan, tugas, dan tanda tangan kontrak kepada penulis dilakukan terlebih dahulu oleh pihak Human Resources (HR) RTV sebelum resmi bergabung. Setelah semua persyaratan terpenuhi, di hari itu juga penulis sudah resmi mulai masuk kerja.