

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dalam media massa membawa perubahan yang signifikan terhadap cara masyarakat memperoleh serta mengonsumsi informasi. Kehadiran internet yang didukung oleh berbagai platform media sosial menyebabkan televisi tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi bagi masyarakat. Informasi kini dapat diakses dengan cepat melalui berbagai media digital, sehingga industri televisi dituntut untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta perubahan perilaku konsumsi media di masyarakat. Fenomena ini dikenal sebagai konvergensi media, yaitu penggabungan media konvensional dengan platform digital untuk mempertahankan relevansi dan jangkauan audiens (Haqqu, 2020).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, masyarakat kini semakin mudah terhubung dengan berbagai informasi melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Platform tersebut memungkinkan distribusi konten berlangsung secara lebih cepat, luas, dan interaktif dibandingkan dengan media konvensional. Kondisi ini juga mendorong perusahaan media untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana distribusi konten sekaligus sebagai strategi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Perusahaan media yang tidak mampu memanfaatkan platform digital secara optimal berpotensi tertinggal dari kompetitor yang lebih adaptif dalam memanfaatkan teknologi komunikasi digital (Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M., 2020).

Dalam konteks industri televisi, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi penting untuk mempertahankan eksistensi media di tengah persaingan dengan platform digital lainnya. Saat ini, banyak stasiun televisi mulai mendistribusikan kontennya tidak hanya melalui siaran televisi konvensional, tetapi juga melalui platform digital untuk menjangkau generasi muda yang

cenderung lebih aktif mengonsumsi konten melalui internet. Strategi distribusi konten secara multiplatform ini menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus mempertahankan daya saing industri televisi di era digital (Yoedtadi, 2020).

Dalam proses tersebut, peran tim kreatif digital menjadi sangat penting dalam menghasilkan konten yang menarik dan relevan bagi audiens. Konten audio visual yang dikemas secara kreatif mampu meningkatkan minat penonton, mendorong interaksi di media sosial, serta memperkuat identitas brand dari suatu perusahaan media. Proses pengolahan konten tidak hanya berkaitan dengan pemilihan materi visual, tetapi juga mencakup proses editing, penambahan elemen grafis, serta penyesuaian format konten agar sesuai dengan karakteristik masing-masing platform digital.

Sebagai bagian dari proses distribusi konten digital tersebut, kegiatan editing menjadi salah satu tahapan penting dalam produksi konten *audio visual*. Proses editing tidak hanya berfungsi untuk menyusun potongan gambar menjadi sebuah alur visual yang utuh, tetapi juga berperan dalam menciptakan ritme visual yang menarik serta mampu mempertahankan perhatian audiens di platform digital yang memiliki durasi konsumsi konten yang relatif singkat. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengolah materi visual, menentukan *hook* konten, serta menyusun struktur video menjadi faktor penting dalam menghasilkan konten digital yang efektif dan menarik bagi audiens.

Berdasarkan perkembangan tersebut, Rajawali Televisi (RTV) sebagai salah satu stasiun televisi nasional juga turut memanfaatkan platform digital sebagai media distribusi konten. Melalui *Creative Brand Digital*, RTV memproduksi dan mengolah berbagai konten program televisi untuk dipublikasikan melalui media sosial agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam proses tersebut, peran *Staff Digital Content* menjadi penting dalam melakukan pengolahan serta penyuntingan materi audio visual yang berasal dari berbagai program televisi sebelum dipublikasikan pada platform digital.

Melalui kegiatan kerja magang di Rajawali Televisi, penulis memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses pengolahan dan editing konten digital yang berasal dari berbagai program televisi. Pengalaman ini memberikan pemahaman mengenai alur kerja produksi konten digital di industri pertelevisian serta bagaimana proses kreatif dalam mengemas materi program televisi menjadi konten yang menarik untuk platform media sosial. Oleh karena itu, pelaksanaan kerja magang ini diharapkan dapat memberikan pengalaman praktis sekaligus memperdalam pemahaman penulis mengenai proses produksi konten *audio visual* dalam industri media digital.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

Program magang merupakan salah satu kegiatan yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Film Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai salah satu persyaratan kelulusan. Melalui pelaksanaan kegiatan magang ini, penulis diharapkan dapat:

1. Memperoleh pengalaman secara langsung mengenai kondisi serta dinamika dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai proses serta alur kerja di lingkungan kerja, khususnya dalam proses produksi dan pengolahan konten digital yang dipublikasikan kepada masyarakat.
3. Menambah wawasan serta keterampilan praktis yang berkaitan dengan kerja industri sebagai pelengkap dari teori dan praktik yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
4. Menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja secara langsung di lingkungan profesional.

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

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

Salah satu persyaratan dalam pelaksanaan program magang adalah pemenuhan jumlah jam kerja sesuai dengan ketentuan Program Magang Merdeka, yaitu sebanyak 640 jam kerja. Berdasarkan perhitungan penulis, jumlah jam kerja tersebut dapat terpenuhi apabila penulis menjalani magang selama lima hari kerja dalam satu minggu selama empat bulan. Dalam satu hari kerja, penulis bekerja selama sembilan jam atau lebih tergantung dari pekerjaan pada hari tersebut pada hari Senin hingga Jumat dan pada hari Sabtu jika diperlukan.

Berdasarkan perhitungan yang sudah penulis lakukan, sebelum proses penandatanganan kontrak, penulis mengajukan kepada pihak RTV untuk menjalani program magang selama empat bulan, terhitung mulai tanggal 05 Januari 2026 hingga 05 Mei 2026, yang kemudian disetujui oleh pihak *Human Resources* (HR) RTV. Kegiatan magang dilaksanakan secara *Work From Office* (WFO) pada hari Senin sampai Jumat pukul 09.00 - selesai dan tambahan hari Sabtu pukul 04.00–00.00 WIB untuk mengikuti kegiatan shooting.

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

Untuk melaksanakan program magang di Rajawali Televisi, penulis melakukan beberapa tahapan yang harus dilalui. Tahap pertama adalah mencari informasi mengenai informasi magang yang tersedia. Pada tanggal 7 Desember 2025, penulis menemukan informasi terkait peluang magang di RTV melalui platform linkedin.

Setelah memperoleh informasi tersebut, penulis kemudian mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan *portofolio* kepada pihak RTV

sebagai bagian dari proses seleksi. Selanjutnya, penulis juga melengkapi formulir KM-01 yang merupakan bagian dari administrasi kampus.

Tahap berikutnya adalah penulis dihubungi oleh pihak *Human Resources* (HR) untuk melakukan wawancara antara penulis dengan pihak RTV yaitu Mas Ilham Nur Bardiansyah selaku *Head Digital Content*. Wawancara tersebut akhirnya dilaksanakan pada tanggal 11 Desember 2025 jam 16:00 WIB melalui media Zoom Meeting. Setelah melakukan wawancara, penulis ditugaskan untuk mengerjakan tes sebagai bentuk kesiapan menjadi bagian dari *Staff Digital Content*. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dinyatakan diterima sebagai mahasiswa magang dan ditempatkan di divisi *Digital Content* pada tanggal 15 Desember 2025.

Setelah resmi diterima sebagai peserta magang *Staff Digital Content* di Rajawali Televisi, penulis kemudian mengirimkan dokumen KM-02. Selanjutnya, penulis melakukan proses registrasi pada *website Pro Step* Universitas Multimedia Nusantara serta melengkapi seluruh data yang diperlukan sebagai bagian dari proses administrasi pendaftaran magang.

Pada tanggal 05 Januari 2026, penulis mulai menjalani program magang dengan hadir langsung ke kantor RTV. Sebelum resmi memulai kegiatan kerja, penulis terlebih dahulu mendapatkan penjelasan mengenai prosedur kerja, pembagian tugas, serta melakukan penandatanganan kontrak kerja yang difasilitasi oleh *Human Resources* (HR). Setelah seluruh prosedur administrasi dan persyaratan terpenuhi, penulis secara resmi memulai kegiatan kerja magang di Rajawali Televisi.