

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri televisi di Indonesia dalam dua dekade terakhir menghadapi tantangan besar akibat perubahan pola konsumsi informasi dan hiburan masyarakat. Kehadiran media digital, layanan *streaming*, serta media sosial membuat televisi tidak lagi menjadi satu-satunya pilihan utama audiens. Namun, menurut penelitian (Tengku Abdurrahman Rajak & Mulkan Habibi, 2025), hasil survei terhadap ibu-ibu di RW 05 Pondok Pinang menunjukkan bahwa program *Brownis* TRANS TV masih mampu menarik perhatian kalangan orang tua, meskipun secara umum intensitas konsumsi televisi telah terdampak oleh hadirnya media digital. Temuan ini menegaskan bahwa televisi tetap memiliki relevansi, khususnya di kelompok penonton dewasa, sehingga posisinya sebagai media arus utama belum sepenuhnya tergantikan yaitu:

1. Perkembangan Industri Televisi

Televisi sebagai salah satu media penyiaran massa masih memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, industri televisi terus mengalami perubahan dalam menghadirkan program yang sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens. Berbagai program hiburan, informasi, dan edukasi diproduksi dengan konsep yang semakin kreatif agar dapat menarik perhatian penonton dan mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan industri media.

2. Tantangan Perkembangan Media Digital

Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh industri televisi saat ini. Kehadiran media sosial, layanan *streaming* berbasis *OTT (Over The Top)* seperti Netflix dan Vidio, serta platform berbagi video seperti YouTube memberikan masyarakat lebih banyak pilihan dalam mengakses konten. Kondisi tersebut membuat persaingan

antarplatform media semakin ketat karena audiens dapat menikmati berbagai jenis tayangan kapan saja dan di mana saja. Oleh karena itu, industri televisi perlu beradaptasi dengan perkembangan digital serta menghadirkan konten yang menarik dan relevan agar tetap mampu mempertahankan perhatian audiens.

3. Relevansi TRANS TV

Dalam menghadapi perkembangan industri media dan persaingan dengan platform digital, TRANS TV sebagai salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia terus menghadirkan berbagai program yang menghibur dan sesuai dengan karakteristik audiens. Program-program yang ditayangkan tidak hanya mengandalkan siaran televisi, tetapi juga memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dan membangun interaksi dengan penonton. Hal tersebut dapat dilihat melalui kehadiran program seperti Berkahnya Ramadan dan Brownis yang menghadirkan konten hiburan serta memanfaatkan media sosial sebagai media pendukung untuk berinteraksi dengan audiens.

4. Peran Creative Production

Dalam proses menghasilkan program televisi yang menarik dan berkualitas, peran Creative Production menjadi salah satu bagian yang penting. Tim Creative Production bertanggung jawab dalam mendukung berbagai kebutuhan kreatif dan produksi, mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan program. Kegiatan tersebut dapat mencakup penyusunan skrip, pembuatan breakdown kebutuhan produksi, persiapan properti, koordinasi dengan talent, hingga mendukung kelancaran proses produksi di studio. Dengan adanya peran Creative Production, setiap unsur dalam program dapat dipersiapkan dan dikoordinasikan dengan baik sehingga mampu menghasilkan tayangan yang kreatif, menghibur, dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Namun demikian, televisi tetap memiliki daya tarik tersendiri karena sifatnya yang dapat menjangkau khalayak luas secara bersamaan, serta kredibilitasnya sebagai media arus utama. Seperti dijelaskan oleh (Abdullah & Puspitasari, 2018), televisi masih bertahan sebagai salah satu sumber utama informasi sekaligus

hiburan, walaupun tren pergeseran audiens ke media digital tidak dapat dihindarkan.

Televisi di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan informasi. Menurut (Habibie, 2018), media massa memiliki fungsi utama berupa penyampaian informasi dan pengawasan sosial, sehingga konten yang disajikan tidak hanya menjadi tontonan, tetapi juga tuntunan yang dapat membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku masyarakat. Oleh karena itu, setiap stasiun televisi dituntut untuk menghadirkan program-program yang berkualitas, relevan dengan kebutuhan audiens, sekaligus mampu bersaing dalam industri kreatif yang semakin kompetitif.

Salah satu stasiun televisi swasta nasional yang memiliki pengaruh besar dalam industri media Indonesia adalah PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV). Berdiri sejak tahun 2001 di bawah naungan Trans Corp, TRANS TV dikenal melalui berbagai program hiburan populer, seperti Extravaganza, Insert, Opera Van Java, Berkahnya Ramadan, hingga Brownis. Sejak awal berdirinya, TRANS TV membangun identitas sebagai televisi yang menonjolkan kreativitas, keberagaman konten hiburan, serta pendekatan yang dekat dengan keseharian masyarakat. Menurut (Winda Kustiawan et al., 2022), eksistensi stasiun televisi swasta nasional ditentukan oleh konsistensi dalam menghadirkan tayangan kreatif yang mampu beradaptasi dengan perubahan preferensi audiens.

Dalam penyelenggaraan program-program televisi tersebut, peran divisi *Creative Production* menjadi sangat vital. Divisi ini berfungsi sebagai pusat ide kreatif sekaligus eksekutor teknis produksi konten. Mulai dari tahap perencanaan konsep, penulisan naskah, penyusunan *rundown* acara, penyediaan properti, hingga koordinasi teknis saat produksi dan pascaproduksi, semuanya ditangani oleh tim *Creative Production*. Dengan kata lain, kualitas tayangan televisi sangat ditentukan oleh kreativitas dan profesionalisme tim di balik layar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas program televisi dipengaruhi oleh kemampuan tim produksi dalam mengelola ide, alur acara, dan kebutuhan teknis secara profesional. Pengalaman

magang di divistem Creative Production TRANS TV memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami proses tersebut secara langsung.

Pengalaman magang di divisi *Creative Production* TRANS TV memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memahami secara langsung proses kerja industri media, khususnya dalam produksi program hiburan. Selama magang, Penulis terlibat dalam dua program unggulan TRANS TV, yaitu Berkahnya Ramadan dan Brownis. Pada program Berkahnya Ramadan, Penulis berkontribusi dalam penyusunan *breakdown* kebutuhan properti *Built-in*, membantu penulisan skrip untuk segmen *Built-in*, memanggil *talent*, serta mengoperasikan *prompter* saat *tapping* berlangsung. Sementara itu, dalam program Brownis, penulis terlibat dalam penyusunan *breakdown* properti untuk reka adegan, pengelolaan daftar artis yang akan diundang, pengelolaan akun Instagram untuk *update story* acara secara langsung, penulisan pertanyaan untuk *host*, serta koordinasi dengan pihak *Master Control Room* (MCR) terkait jadwal penayangan dan *commercial break*.

Keterlibatan langsung dalam berbagai tahapan produksi tersebut membuat penulis memahami bahwa produksi konten televisi tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga koordinasi tim yang solid. Setiap bagian produksi saling terkait dan membutuhkan komunikasi yang intensif agar program dapat berjalan sesuai rencana. Hal ini sejalan dengan pandangan (Littlejohn & Foss, 2017) bahwa komunikasi organisasi dalam industri media memegang peran penting untuk memastikan keberhasilan penyampaian pesan kepada khalayak.

Selain aspek teknis, pengalaman magang juga memperlihatkan bagaimana kreativitas menjadi faktor penentu dalam menarik minat audiens. Program Berkahnya Ramadan yang tayang pada bulan suci, misalnya, mengedepankan nilai-nilai religius yang dibungkus dalam *format* hiburan. Sementara Brownis mengusung konsep *talkshow* ringan dengan menghadirkan artis-artis populer dan segmen interaktif yang menghibur. Keduanya memperlihatkan bahwa konten televisi yang sukses adalah konten yang tidak hanya sesuai dengan tren, tetapi juga dikemas dengan ide-ide segar yang relevan dengan audiens sasaran.

Dari sisi akademis, pengalaman magang ini menjadi wujud penerapan teori yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya di bidang komunikasi media, produksi konten, serta strategi penyiaran. Sebagaimana dikemukakan oleh (Prasetyo, 2023), kegiatan magang memungkinkan mahasiswa menghubungkan konsep teoretis dengan praktik nyata, sekaligus mengasah keterampilan profesional yang dibutuhkan dalam industri. Dengan demikian, magang di TRANS TV memberikan nilai tambah bukan hanya sebagai syarat akademik, tetapi juga sebagai bekal penting untuk kesiapan memasuki dunia kerja setelah lulus.

Secara keseluruhan, latar belakang pelaksanaan magang ini bertolak dari realitas perkembangan industri media di Indonesia, pentingnya televisi sebagai media arus utama yang tetap bertahan di tengah gempuran digital, serta peran vital *Creative Production* dalam menjaga kualitas program. Melalui keterlibatan langsung dalam produksi program Berkahnya Ramadan dan Brownis, penulis memperoleh pengalaman nyata yang relevan dengan bidang studi Ilmu Komunikasi. Laporan magang ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademis sekaligus refleksi pembelajaran atas pengalaman tersebut.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang di PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami secara langsung proses kerja divisi *Creative Production* dalam produksi program hiburan televisi. Pelaksanaan magang ini berlangsung dengan durasi waktu yang sesuai dengan Panduan MBKM Magang *Track 1*. Magang yang penulis laksanakan ini berlangsung mulai dari Maret 2025 sampai dengan Juni 2025. Aktivitas magang di TRANS TV sendiri, secara spesifik dan khusus banyak menjalani, serta menerapkan, dan mengetahui mengenai:

1. Memahami proses kerja tim *Creative Production* secara langsung dalam produksi program hiburan di televisi.
2. Menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam konteks kerja profesional.

3. Memperoleh pengalaman kerja nyata di industri media dan memperluas wawasan serta kesiapan dalam menghadapi dunia kerja setelah lulus.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Seperti yang penulis sudah sampaikan pada subbab sebelumnya, program kerja magang yang penulis laksanakan di PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) sebagai *Creative Production Intern* merupakan program magang yang berlangsung mulai dari Maret hingga Juni 2025, dengan durasi kurang lebih 690 jam sesuai dengan Panduan MBKM Magang *Track 1* yang diarahkan oleh Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Memilih dan melaksanakan Pra-KRS dan KRS dengan pilihan mata kuliah *Pre-Activities*, *Pre-Final Project*, *Industry Experience*, *Professional Business Ethics*, *Industry Model Validation*, *Evaluation and Reporting*. Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di email untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 2) Mengajukan KM-01 ke *forms office* terkait perusahaan yang dituju mahasiswa untuk melakukan program magang. Dan apabila disetujui, mahasiswa akan mendapat KM-02 dari Kepala Program Studi
- 3) Setelah menemukan perusahaan atau lembaga yang tepat, mahasiswa wajib mengisi serta mengunggah *formulir* KM-01 melalui *platform myumn.ac.id*.
- 4) Dalam proses penyusunan laporan magang, mahasiswa perlu mengunduh sejumlah dokumen penting, yaitu KM-03 (Kartu Kerja

Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), serta KM-07 (Verifikasi Laporan Magang).

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Pengajuan praktik kerja magang dilakukan dengan menyerahkan data diri yang diberikan oleh PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) pada 10 Februari 2025, serta mengunggah *Curriculum Vitae* (CV) sebagai bagian dari persyaratan administrasi.
- 2) Penerimaan sebagai peserta magang di PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) dikonfirmasi melalui pesan resmi dari akun WhatsApp TRANS TV pada 28 Februari 2025, diikuti dengan diterbitkannya surat penerimaan magang pada 3 Maret 2025.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Creative Production Intern* dengan penempatan departemen Kreatif.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Senior Creative*, Nur Dinni sebagai Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan *form* KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Zoom Meeting.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

