

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Ilmu komunikasi sebagai sebuah ilmu yang mempelajari terkait bagaimana sebuah pesan dibuat, dikemas, disampaikan, ditujukan, hingga berdampak pada objek pesan yang dituju memiliki berbagai implementasi di dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah melalui media massa sebagai sarana penyampaian pesan kepada masyarakat (audiens) secara massal.

Salah satu media massa yang terus menunjukkan eksistensinya di tengah era digital dan bahkan beradaptasi dan berkembang bersama kemajuan teknologi informasi adalah media televisi. Televisi terus menyajikan tayangan-tayangan konten yang relevan dengan perkembangan minat audiens serta tren dan perubahan perilaku masyarakat terhadap sajian tayangannya. Televisi memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media massa lainnya, yaitu konten yang ditayangkan berupa konten video (audio-visual) yang disiarkan secara langsung, luas, dan masif kepada masyarakat (audiens). Sehingga informasi atau pesan yang disampaikan lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens dibandingkan dengan media massa lain seperti radio, koran, dan majalah.

Selain itu, media televisi juga masih menjadi sumber utama masyarakat mendapatkan tayangan siaran langsung. Seperti tayangan acara olahraga dan acara-acara khusus. Keberlanjutan inilah yang menjadikan televisi sebagai media yang lebih unggul dibandingkan dengan media lainnya dalam menyajikan konten yang memerlukan pengalaman *real-time*.

Di tengah era digitalisasi ini banyak orang yang berpandangan bahwa televisi sebagai media massa sudah tidak relevan dibandingkan dengan media sosial atau media digital seperti Instagram dan Tiktok dalam menyebarkan informasi-informasi penting yang lebih mudah dengan hanya memanfaatkan ponsel pintar. Media digital adalah bentuk media yang menggunakan teknologi digital dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten multimedia. Media digital meliputi website, aplikasi, media sosial, dan platform lainnya yang menggunakan teknologi digital untuk menyampaikan pesan kepada pengguna. Salah satu contoh dari hal ini adalah meningkatnya penggunaan media digital sebagai media penyampaian pesan seperti OTT (Over The Top) yang berbasis aplikasi yaitu

Vidio.com yang menyampaikan layanan berupa program live sport. bukan hanya program sport namun ada banyak program yang dapat di nikmati.

Di era serba digital semenjak terjadinya wabah COVID-19, Platform OTT (Over The Top) mulai jadi solusi menghibur diri dari jarak jauh atau dilakukan dirumah. Banyak Platform OTT (Over The Top) yang mulai bermunculan seperti WETV, VIU, Disney Hoster, Vidio, Iflix dan lain sebagainya. Oleh karena itu program sport yang ada di televisi terkadang hanya bisa di lihat sekali saja, adanya platform tersebut mendukung serta memberikan solusi untuk khalayak yang ingin menonton siaran ulang pertandingan maupun hiburan lainnya. Siaran ulang tersebut di berikan melalui paparan sebuah video *Highlight* yang di rekam lalu disunting oleh editor secara langsung agar penonton yang tidak mempunyai waktu yang banyak bisa melihat momen-momen pertandingan secara keseluruhan program tersebut kapan saja dan di mana saja.

Namun faktanya televisi masih menjadi media informasi yang menyampaikan informasi dengan lebih aktual dan tervalidasi, karena televisi memiliki badan khusus yang memastikan standar siaran dan program yang ada di televisi. Badan tersebut adalah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). KPI merupakan komisi independen yang mengawasi persebaran informasi melalui media siaran seperti televisi. Hal ini untuk menjamin tayangan dari media siaran tersebut memenuhi standar hukum dan etika yang berlaku. Ini juga yang menjadikan informasi yang disebarkan oleh media massa *mainstream* lebih tersaring dan valid dari pada informasi yang tersebar di media sosial.

Dalam hal kemudahan, saat ini sudah marak bagi perusahaan media televisi yang merambah memanfaatkan digital multi platform untuk menyiarkan tayangannya. Digital multi platform secara hemat dapat dideskripsikan sebagai wadah penyebaran konten yang berbasis digital dengan jaringan internet. Salah satu contohnya adalah media televisi yang memanfaatkan *platform* Youtube maupun aplikasi dalam penyebaran konten tayangannya, yang tentu saja konten yang dibuat disesuaikan dengan karakteristik platform yang digunakan.

Moji sebagai saluran televisi yang bernaung di bawah EMTEK Group dengan fokus kepada segmentasi anak muda dan fokus kepada penayangan program yang menghibur telah mengudara pada Minggu, 21 Agustus 2022. MOJI dapat disaksikan di

lebih dari 100 kota untuk TV digital di 25 provinsi, melalui aplikasi Vidio dan TV berbayar (NexParabola, TransVision, First Media, Indihome, Biznet, DensTV dan MyRepublic) dan bagi para pengguna internet dapat mengakses live streaming MOJI melalui website Moji.id.

Selain penyajian konten secara telestrial, Moji TV juga menyajikan konten pada platform digital, baik melalui sosial media maupun website resminya. Hal ini menjadi bukti dari adaptasi terhadap tren dan perkembangan teknologi informasi serta pergeseran minat dan kebutuhan masyarakat sebagai audiens.

Moji TV juga dikenal karena cakupan yang luas, mencakup berita lokal, nasional, dan internasional. Dengan jaringan siaran yang luas dan ditayangkan di berbagai platform, Moji TV memberikan konten yang akurat dan mendalam. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai ahli dan pakar memberikan dimensi tambahan pada kontennya, menjadikan Moji TV sebagai sumber informasi terpercaya. Melalui integrasi inovatif antara televisi dan media digital, Moji TV memberikan pengalaman menyeluruh kepada penontonnya, menjadikannya sebagai pemimpin dalam menghadapi perubahan dinamika media massa di era digital ini.

Pada semester kali ini penulis mengikuti Program Pemerintah yaitu Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB). Dalam program ini, setiap mahasiswa diberikan kesempatan langsung untuk dapat merasakan dan belajar mengenai industri maupun bidang kerja yang sesuai dengan minat dan bakatnya. Program ini juga menjadi bentuk implementasi dari kurikulum Merdeka Belajar yang diterapkan oleh Prodi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

Dalam program ini mahasiswa diberi kesempatan magang selama 4 bulan (satu semester) penuh di industri pertelevisian Moji TV. Selama proses magang, mahasiswa tidak lagi diwajibkan untuk melakukan pelajaran di dalam ruang kelas, melainkan merasakan langsung implementasi dari keilmuannya di industri terkait. Dalam hal ini industri pertelevisian yang mencakup kompetensi dan keilmuan di bidang jurnalistik dan penyiaran televisi.

2. Tujuan

Kesempatan inilah yang kemudian penulis manfaatkan pada semester ini dengan tujuan sebagai berikut:

1. Penerapan pengetahuan yang diperoleh dalam jurusan Ilmu Komunikasi, terutama pada bidang media penyiaran dan jurnalistik, dianggap sebagai kemampuan yang diunggulkan.
2. Perolehan wawasan industri televisi dianggap sebagai langkah integral, mencakup pemahaman mendalam mengenai tren terkini, tantangan, serta peluang yang ada di industri ini.
3. Pengembangan keterampilan praktis menjadi prioritas, melibatkan aspek penulisan berita, produksi program, penyiaran televisi, dan bidang lainnya.
4. Pengalaman langsung dalam produksi siaran televisi menjadi fokus utama, melibatkan tugas-tugas sehari-hari yang terkait mulai dari perencanaan hingga penyiaran di televisi.
5. Pemahaman mendalam terhadap proses produksi, prinsip etika dalam penyiaran, penulisan berita yang efektif, dan penggunaan peralatan produksi televisi menjadi aspek pembelajaran yang ditekankan.

3. Manfaat

Selain dari tujuan di atas, terdapat juga berbagai manfaat yang bisa didapatkan dalam mengikuti program magang ini, diantaranya adalah:

1. Manfaat Magang bagi UPN "Veteran" Jawa Timur
 - a. Meningkatkan kualitas pendidikan dengan mengintegrasikan teori yang diajarkan di kelas dengan pengalaman praktis di dunia nyata, menciptakan lulusan yang tidak hanya kompeten secara teoritis tetapi juga siap menghadapi tantangan dunia kerja.
 - b. Memperkuat hubungan antara universitas dan mitra magang di industri, membuka peluang kerjasama strategis, dan memberikan potensi peluang

kerja bagi lulusan universitas. Hal ini menciptakan lingkungan akademis yang responsif terhadap kebutuhan industri.

- c. Meningkatkan reputasi UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan lulusan berkualitas, siap bekerja, dan memiliki keterampilan yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja. Ini dapat meningkatkan daya tarik universitas bagi calon mahasiswa dan memperkuat citra lembaga di mata dunia industri.

2. Manfaat Magang bagi Mitra Magang (Moji TV)

- a. Memungkinkan mitra magang untuk mendapatkan akses kepada bakat-bakat muda yang dilatih dengan pengetahuan terkini dan keterampilan sesuai kebutuhan industri, menghadirkan kontribusi berharga bagi perkembangan perusahaan.
- b. Menyediakan kesempatan bagi mitra magang untuk menerima perspektif baru dan ide-ide inovatif dari mahasiswa magang. Kreativitas yang dibawa oleh mahasiswa dapat membantu mitra magang mengembangkan solusi baru atau meningkatkan efisiensi proses bisnis mereka.
- c. Memperkuat citra mitra magang sebagai tempat kerja yang mendukung pengembangan profesional dan memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk belajar dan berpraktik secara langsung. Ini dapat meningkatkan daya tarik perusahaan sebagai lingkungan kerja yang dinamis dan inovatif.

3. Manfaat Magang bagi Mahasiswa (Penulis)

- a. Menyediakan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh di kelas ke dalam situasi nyata, melalui pengalaman praktis di lapangan. Ini membantu mahasiswa memahami lebih dalam konsep-konsep yang dipelajari.
- b. Memperdalam pemahaman mahasiswa tentang industri pertelevisian dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan karier yang diinginkan, mempersiapkan mereka secara lebih baik untuk menghadapi persaingan di

dunia kerja.

- c. Membangun jaringan profesional dengan karyawan profesional di industri terkait, yang dapat membuka peluang kerja di masa depan. Pengalaman magang membantu mahasiswa memperluas relasi dan meningkatkan prospek karier setelah lulus.