

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media digital yang semakin pesat menuntut Perusahaan media untuk terus beradaptasi dengan perubahan perilaku audiens. Konsumsi informasi masyarakat kini tidak hanya bergantung pada media televisi konvensional, tetapi juga beralih ke platform digital berbasis aplikasi dan media sosial. Kondisi ini mendorong PT. JawaPos Media Televisi (JTV) sebagai salah satu stasiun televisi local terkemuka di Jawa Timur untuk mengembangkan inovasi digital aplikasi JTVHub.

Media digital membentuk perubahan partisipasi dan aktivisme digital. Menurut Berner dan Spegerberg di jurnal (Putri & Pratiwi, 2022) merumuskan kerangka konsep baru untuk memahami dinamika aktivisme dalam ruang digital. Konsep ini disebut aksi konektif atau pola partisipasi individual berdasarkan konektivitas media digital. Konektif action adalah sebuah konsep yang menjelaskan bahwa Gerakan sosial di era sekarang mungkin saja tidak memiliki pemimpin, tidak memiliki struktur organisasi yang jelas dan seorang anggota dengan mudah meninggalkan sebuah aksi.

Perubahan pola konsumsi media tersebut menuntut industri televisi untuk melakukan adaptasi dan inovasi agar tetap mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan audiens. Media televisi tidak lagi hanya berperan sebagai penyedia tayangan melalui berbagai platform digital. Transformasi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan

audiens sekaligus meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap konten yang disajikan.

Video konten digital untuk promosi merujuk pada penggunaan video sebagai alat untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek melalui berbagai platform digital. Video ini dirancang untuk menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih dinamis dan mudah dipahami. Dalam konteks promosi, video konten dapat mencakup berbagai jenis, seperti iklan video. Melalui video, Perusahaan dapat memperkenalkan produk baru, menawarkan Solusi untuk masalah yang dihadapi audiens, atau bahkan menunjukkan keunikan merek mereka (Canva et al., 2024)

Dalam konteks media digital, pembuatan konten menjadi factor yang sangat penting. Konten yang disajikan tidak hanya harus informatif, tetapi juga menarik, relevan dan sesuai dengan karakteristik audiens digital yang cenderung menyukai konten singkat, visual dan mudah diakses. Oleh karena itu, proses produksi konten digital memerlukan perencanaan yang matang, kreativitas, serta pemahaman terhadap perilaku audiens. Media yang mampu mengelola konten digital dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif di Tengah persaingan industri media yang semakin ketat.

JTVHub hadir sebagai platform digital yang memuat berbagai konten siaran jtv baik berupa program berita, hiburan, feature, maupun konten eksklusif berbasis digital. Untuk mendukung eksistensi dan daya Tarik aplikasi tersebut, diperlukan strategi pembuatan konten yang kreatif, informatif dan sesuai dengan karakter audiens digital.

Kerja Praktik ini dilaksanakan sebagai bentuk implementasi pengetahuan akademik ke dalam dunia kerja nyata, khususnya dalam bidang komunikasi dan penyiaran. Melalui praktik pembuatan kon JTVHub di PT. JawaPos Media Televisi.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dijalani oleh penulis selama melaksanakan kerja praktik di PT. JawaPos Media Televisi Adalah pada divisi Digital Marketing JTV. Bidang ini berfokus untuk bekerjasama dengan pihak lain dan membuat pengelolaan produksi konten digital yang ditayangkan kerana media digital.

Dalam bidang kerja praktik ini, penulisan penulis terlibat secara langsung dalam proses pembuatan konten, mulai dari tahap pencarian ide, produksi, hingga pasca produksi. Kegiatan tersebut mencakup pembuatan konsep video, pengolahan materi siaran televisi menjadi format digital, serta pengolahan konten agar sesuai dengan karakteristik audiens digital.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

Mengetahui alur produksi konten digital JTVHub, memahami proses kreatif dalam pembuatan kon media digital, mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam dunia nyata.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi dan media digital.

Melalui kegiatan praktik pembuatan konten JTVHub, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep produksi audi visual yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dan bagaimana untuk bekerjasama dengan pihak lain dalam bekerjasama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan pengalaman kerja nyata di industry media, meningkatkan keterampilan teknis dan kreatif dalam pembuatan konten digital, serta melatih kemampuan Kerjasama tim dan tanggung jawab. Menjadi sarana penghubung antara dunia akademik dan dunia industry, serta sebagai bahan evaluasi kesesuaian kurikulum, membantu proses produksi dan pengelolaan JTVHub, serta memberikan ide-ide kreatif dari sudut pandang mahasiswa.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Pembuatan Konten

Pembuatna konten merupakan proses kreatif untuk menghasilkan materi digital seperti teks, gambar, video atau audio yang dirancang untuk menarik perhatian, menyampaikan informasi, serta membangun interaksi dengan audiens melalui platform digital. Dalam konteks media televisi local seperti PT JawaPos Media Televisi (JTV), pembuatan konten tidak lagi terbatas pada siaran konvensional, melainkan melibatkan adaptasi konten televisi menjadi format digital.

Proses pembuatan konten digital umumnya mencakup tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, serta pasca produksi. Tahap ini menekankan pentingnya

reativitas, relevansi budaya lokal, dan optimalisasi algoritma platform untuk meningkatkan engagement serta konversi. Konvergensi content merupakan sebuah konvergensi yang menyajikan beberapa konten yang variative. Penerapan modek konvergensi tersebut diamati oleh peneliti dari beberapa video yang diunggah oleh JTV dalam berbagai platformnya dan disesuaikan dengan khalayak ediannya. Pembuatan konten yang kreatif ditujukan untuk menghadapi persaingan media bukan hanya sesama media saja tetapi juga para konten creator yang mana mereka tidak perlu membangun media, cukup dengan handphone dan kemampuan mereka dalam membuat konten (Prayogo & Agustin, 2023, p. 4)

Dalam perspektif local Indonesia, pembuatan konten menjadi kunci transformasi digital untuk bertahan di Tengah disrupsi streaming. Konten yang informatif, menarik, dan bermanfaat bagi audiens nampaknya tetap menjadi perhatian bagi Perusahaan dalam mengiklankan produknya. Konten yang menampilkan video misalnya, saat ini menjadi format yang dominan dalam periklanan digital (Tri Wahyuti, 2023, p. 59)