

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Kemajuan teknologi serta informasi membawa sebuah perubahan dan sebagai faktor penentu dalam transformasi sosial. Sejak kemunculan internet, perangkat dan berbagai inovasi digital lainnya, membawa perubahan besar dalam bagaimana manusia berkomunikasi, bekerja dan belajar. Internet dan media sosial kini menjadi alat untuk berkomunikasi dan untuk mencari serta menyebarkan informasi. Perkembangan teknologi di era globalisasi turut memengaruhi kemajuan media dan teknologi komunikasi, termasuk pergeseran dari komunikasi monolog menuju komunikasi digital.

- Penyebaran informasi kini ini tidak lagi didominasi oleh media cetak secara luas, karena perkembangan televisi digital telah mampu memberikan dampak besar bagi semua lapisan masyarakat, mulai dari kalangan bawah hingga masyarakat kalangan atas. Informasi dapat diakses dengan cepat bahkan dalam hitungan menit, kemajuan teknologi juga dapat memberikan berbagai kemudahan dalam aktivitas manusia serta kehidupan sosial masyarakat (Mahuda & Kusuma, 2020). Pada masanya, masyarakat kini dapat memperoleh beragam informasi berita melalui berbagai media elektronik, termasuk televisi dan radio, serta media cetak, seperti koran. Informasi yang diterima dapat mencakup berita, pendidikan, hiburan, dan lain-lain. Namun, kini seiring dengan berjalannya waktu membuat perkembangan teknologi berkembang dengan sangat pesat mampu mendapatkan informasi melalui televisi maupun aplikasi online, seperti streaming.

Kala kemajuan media yang seiring dengan pertumbuhan ekonomi mampu memberikan dampak signifikan bagi masyarakat, menjadikan masyarakat dapat menikmati berbagai akomodasi yang tersedia dalam bentuk siaran digital hingga layanan streaming. Sehingga semakin berkembangnya media khususnya di televisi menunjukkan semakin banyaknya juga saluran televisi yang ada. Persaingan dalam memperebutkan jumlah penonton dalam industri media televisi pun tidak dapat dihindarkan, maka dari itu banyak stasiun televisi yang berlomba

mempertahankan eksistensinya dengan membuat program televisi yang menarik dan kreatif.

Program televisi kreatif didefinisikan sebagai tayangan yang menggabungkan ide-ide baru dengan eksekusi yang menarik, memanfaatkan teknologi serta inovasi dalam penyajian konten untuk menarik perhatian audiens dan memberikan nilai tambah. Program ini harus mampu menghadirkan sesuatu yang berbeda, baik dari segi konsep, format, ataupun cara penyampaiannya, sehingga tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan dampak emosional atau intelektual kepada penonton (Nugroho, 2018).

Maka dari itu alam setiap program pastinya diperlukan tim produksi televisi yang terdiri dari kreatif atau *Creative Production* dibelakang layar. *Creative Production* merupakan seseorang yang bertanggung jawab dalam mencari bahan tayangan atau konsep untuk sebuah program yang akan dijalankan. *Creative Production* biasanya mem-breakdown bahan tersebut terkait *script*, alat – alat dan keperluan apa saja yang akan digunakan. Umumnya menyiapkan *script* yang akan di bacakan oleh *host* atau pembawa acara, membuat file yang akan ditayangkan pada *prompter*, mem-*briefing host*, melakukan panggilan kepada *host*, membuat Program Metadata Verivication (PMV).

Apabila seorang produser tidak menulis sendiri naskah programnya, ia perlu merekrut penulis naskah. Namun, penting diingat bahwa penulis tersebut ini mampu menerjemahkan ide-ide produser kedalam bentuk tulisan. Selanjutnya, tugas seorang sutradara atau pengarah acara bertanggung jawab untuk memvisualisasikan naskah tersebut dalam bentuk audio dan video. (Andi Fachrudidin, 2017). Maka dari itu diperlukan *Creative Production* untuk membangun suatu program acara untuk membuat dan memberikan ide-ide kreatif pada sebuah program dan melakukan riset materi penunjang secara mendalam untuk mendukung kebutuhan program tersebut. Setelah mendapatkan ide, tim kreatif bertanggung jawab untuk mengembangkan konsep menjadi naskah atau *script* yang terstruktur serta membuat rundown acara yang detail. Setelah naskah dan rundown ini selesai, tanggung jawab kemudian berpindah ke tim produksi yang akan mewujudkan konsep tersebut menjadi tayangan yang siap dipresentasikan kepada penonton.

Kini masyarakat telah dapat menikmati program televisi yang kreatif melalui streaming salah satunya televisi berbayar. Masyarakat kini juga sudah memilih kegiatan dengan menghabiskan waktu mereka untuk menonton tayangan streaming. Menurut laporan Media Partner Asia tahun 2018, industri televisi berbayar khususnya di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Data menunjukkan bahwa pendapatan dari televisi berbayar selama tahun 2017 meningkat sebanyak 5% dibandingkan tahun sebelumnya.

Perkembangan teknologi internet salah satu yang mempengaruhi budaya menonton tayangan televisi di Indonesia. Dengan hadirnya smartphone, menonton acara televisi kini dapat dilakukan secara streaming melalui smartphone, kapan saja dan di mana saja (Abdullah & Puspitasari, 2018). Kemajuan teknologi internet yang berhubungan dengan budaya dan kebiasaan menonton televisi telah menyebabkan perubahan dalam waktu dan ruang saat menonton. Budaya mengalami transformasi, karena ia mencakup jaringan interaksi dalam kehidupan karena kini melibatkan interaksi antarindividu dalam kehidupan sehari-hari dan pada kelompok, bukan sekadar individu (Kusuma & Nurhayati, 2017).

Beberapa perusahaan yang menyediakan (provider) televisi kabel di Indonesia salah satunya adalah MNC Sky Vision yang merupakan bagian dari MNC Group. MNC Group memiliki berbagai fokus, seperti Financial Service, Entertainment Hospitality, dan Energi. Namun juga menonjol di bidang Media dan Entertainment, dimana memiliki berbagai macam stasiun televisi terkemuka seperti RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews yang dikenal luas oleh kebanyakan masyarakat di Indonesia. Selain itu MNC juga menyediakan televisi berbayar bernama MNC Channels, yang dikelola oleh PT MNC Sky Vision. Layanan televisi berlangganan ini menawarkan saluran eksklusif, salah satunya adalah Music TV. Saluran ini dapat diakses melalui aplikasi MNC Vision, K-Vision, MNC Play, serta layanan live streaming yaitu RCTI+ ataupun VISION +.

Kini dengan adanya media online yang terhubung ke jaringan internet membuat masyarakat mengakses informasi hanya dengan menggunakan smartphone yang dapat dioperasikan kapan saja dan di mana saja. Sehingga hal ini menyebabkan khalayak beralih dari penggunaan media televisi menjadi menggunakan smartphone untuk mengakses sebuah informasi. Menurut informasi yang dihimpun oleh Katadata.co.id, sebanyak 55,3 % lebih sering menggunakan internet dan sebanyak 36,1% pengguna televisi (Dihni, 2022). Namun diketahui

Menurut survei Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, televisi tetap menjadi media massa yang paling banyak diakses dengan persentase mencapai 96%. diikuti oleh media luar ruang dengan 53%, internet 44%, radio 37%, koran 7%, serta tabloid dan majalah yang masing-masing mencatat sebanyak 3%. Dari ini menunjukkan bahwa televisi masih memegang peran penting dalam menyampaikan informasi kepada mayoritas masyarakat di Indonesia. (Nielsen, 2017, p. 1).

Untuk memasuki industri televisi, seringkali ada berbagai tantangan. Salah satu cara terbaik untuk mempersiapkan diri adalah melalui kesempatan magang. Melalui magang, akan mendapatkan pengalaman untuk belajar langsung dilapangan atau dunia kerja nyata, mulai dari tahap pra produksi hingga tahap pasca produksi. Selain itu melalui magang juga memberikan peluang untuk membangun jaringan profesional, karena banyak pekerjaan di industri televisi diperoleh melalui rekomendasi dan koneksi. Melalui magang akan memahami bagaimana dinamika tim serta budaya kerja yang ada di industri ini. Di samping itu, magang memungkinkan untuk mengembangkan keterampilan yang relevan, baik yang bersifat teknis maupun non teknis yang memiliki pesan krusial di dunia televisi. Dengan semua pengalaman yang didapat, akan mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan yang mungkin muncul di tempat kerja. Melalui magang, bukan hanya sekedar pengalaman, tetapi juga langkah strategis untuk memasuki industri televisi dengan lebih percaya diri dan kompeten.

Praktikan sebagai mahasiswa dari Universitas Pembangunan Jaya yang merupakan salah satu universitas yang memiliki mata kuliah Kerja Profesi. Mata Kerja Profesi sendiri merupakan kegiatan dimana mahasiswa pada semester 7 diwajibkan oleh universitas untuk melakukan magang di suatu perusahaan harapannya agar mahasiswa mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, sehingga dapat meningkatkan dan mendapatkan pengalaman baru mengenai dunia kerja, dan mahasiswa juga dapat mengaplikasikan konsep dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan. Pada Universitas Pembangunan Jaya, mata kuliah Kerja Profesi sendiri memiliki bobot nilai sebanyak 3 SKS, dengan durasi magang selama 3 bulan dan total minimal kerja selama 440 jam kerja, selain itu mata kuliah ini merupakan salah atau syarat kelulusan bagi mahasiswa/i Universitas Pembangunan Jaya.

Pada masa perkuliahan mahasiswa hanya mendapatkan pengetahuan secara teoritis dan kurang mendapatkan pembelajaran secara praktik. Kini praktikan sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan Minor Public Relation yang telah menyelesaikan sejumlah mata kuliah yang relevan, seperti Produksi Media Humas, Critical & Creative Thinking, Media Audio Visual, Pengantar Jurnalistik dan Jurnalisme Online. Setelah mempelajari mata kuliah tersebut, praktikan memiliki keinginan untuk mengaplikasikannya di MNC Channels, khususnya di departemen Musik TV sebagai seorang *Creative Production*. Selama kuliah, praktikan belum mendapatkan kesempatan untuk menerapkan teori yang telah dipelajari dalam praktik nyata, terutama dalam hal penulisan *script*. Maka dari itu, pentingnya diadakan Kerja Profesi, karena selain sebuah kewajiban dan tuntutan dari Universitas, mahasiswa juga dapat menambah pengalaman, pengetahuan, sebelum memasuki dunia kerja. Selain itu, dalam menentukan jenis pekerjaan dan tempat KP, mahasiswa diberikan pilihan bebas untuk melakukan magang di perusahaan mana, namun tetap dipastikan sesuai dengan jurusan yang diambil serta berkaitan dan mendukung program KP yang dijalankan oleh mahasiswa/i.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

Adapun maksud Kerja Profesi yang dilakukan praktikan di MNC Music TV antara lain:

1. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa sebagai *Creative Production* dalam suatu tim produksi televisi
2. Memperdalam pengetahuan praktikan mengenai *Creative Production* dalam suatu tim produksi
3. Memahami dinamika kerja tim dalam sebuah tim produksi.
4. Memperperluas jaringan dan meningkatkan kemampuan kerja dalam sebuah tim di dunia kerja
5. Praktikan berkesempatan untuk mencoba melakukan pekerjaan secara langsung di perusahaan yang diinginkan.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Adapun tujuan Kerja Profesi yang dilakukan praktikan di MNC Music TV antara lain:

1. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa yang melaksanakan KP
2. Memberikan gambaran dunia kerja kepada mahasiswa yang melaksanakan KP
3. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan selama KP
4. Memperluas jaringan dan meningkatkan kemampuan kerja dalam secara sebuah tim di dunia kerja
5. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berkembang dan tumbuh sebagai individu
6. Mahasiswa dapat menemukan minat dan bakat melalui pengalaman kerja selama KP

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

PT. Media Nusantara Citra Group (MNC Channels – Music TV) berlokasi di Jl. Perjuangan No.9-10, RT.11/RW.10, Kebon Jeruk, Kecamatan Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Terdapat 3 Tower pada MNC Studios, Tower 2 merupakan pusat dari MNCTV. Pada kegiatan Kerja Profesi, Praktikan melakukan Kerja Profesi sebagai *Creative Production* di MNC Studios, Kebon Jeruk tower 2 lantai 4 dalam ruangan khusus MNC Channels dan juga Tower 3 lantai 12. Namun, praktikan lebih sering berada pada tower 3 lantai 12 saat pelaksanaan Kerja Profesi dan akan ke tower 2 lantai 4 untuk keperluan melakukan pre review dari producer terkait pekerjaan yang sudah praktikan laksanakan sebelum produksi program yang akan di aksakakan. Untuk waktu kerja setiap hari Senin sampai Hari Jumat secara Work From Office (WFO), jam kerja per harinya disesuaikan dengan kebutuhan produksi program khususnya program utama yang praktikan koordinasikan bernama BUCIN dan membantu program Friend With Benefit (FWB), dengan mencari artis dan mencari game untuk acara tersebut. Alasan praktikan memilih perusahaan ini adalah reputasi MNC Group sebagai perusahaan media yang besar dan berpengaruh. Praktikan yakin bahwa kesempatan ini akan membuka banyak peluang untuk belajar dan mengembangkan jaringan.

## 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

NO	Kegiatan	Bulan Tahun 2024					
		Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Mencari informasi lowongan magang di internet dan kenalan	■	■				
2	Memperbaharui CV dan Portofolio	■	■				
3	Mengirimkan lamaran ke beberapa perusahaan seperti MNC, PT. Dentsu Aegis Network, PT. Omnicom Media Group Indonesia dan lainnya.	■	■				
4	Melakukan interview dengan HRD dan produser Music TV secara <i>virtual ZOOM</i>	■	■				
5	Membuat dan mengirimkan surat pengantar dari kampus untuk MNC	■	■				
6	Mendapatkan surat penerimaan magang di MNC Group			■			
7	Pelaksanaan Kerja Profesi			■	■	■	
8	Penulisan laporan Kerja Profesi			■	■	■	■

Pada akhir bulan Mei 2024 hingga Juni 2024 praktikan mulai mencari lowongan magang melalui internet, LinkedIn, Glitch, dan bertanya dengan orang terdekat yang sekiranya memiliki informasi terkait lowongan magang yang tersedia, sembari mencari lowongan magang, praktikan terus memperbaharui CV dan Portofolio di bulan Mei sampai bulan Juni. Setelah mendapatkan informasi

terkait lowongan magang dari beberapa perusahaan, praktikan mulai mengirimkan CV dan Portofolio ke beberapa perusahaan seperti, MNC, PT. Dentsu Aegis Network, PT. Omnicom Media Group Indonesia.

Praktikan pertama kali mengirimkan CV dan Portofolio kepada perusahaan MNC Group atau lebih tepatnya HRD MNC Channels pada tanggal 4 Juni 2024, kemudian menunggu review dari HRD. Sembari menunggu review, pada tanggal 5 Juni 2024 praktikan juga mengirimkan CV dan Portofolio pada PT. Dentsu Aegis Network posisi sebagai Marketing Communication. Selanjutnya kepada PT. Omnicom Media Group Indonesia posisi sebagai Marketing Communication, namun tidak ada respon dari kedua perusahaan tersebut. Kemudian pada tanggal 7 Juni 2024 praktikan di informasikan bahwa akan dilaksanakan interview secara Virtual ZOOM pada tanggal 10 Juni 2024. Pada hari yang sama dengan hari interview, praktikan di informasikan bahwa diterima magang oleh MNC dengan posisi sebagai *Creative Production* departemen Music TV.

Kemudian praktikan membuat dan mengirimkan surat pengantar dari kampus untuk departemen Musik, praktikan juga meminta surat pernyataan penerimaan magang dari departemen Music. Praktikan memulai Kerja Profesi pada tanggal 1 Juli 2024 sebagai *Creative Production* di MNC Channels departemen Music TV dan untuk waktu kerja setiap hari Senin sampai Hari Jum'at secara Work From Office (WFO), jam kerja per harinya disesuaikan dengan kebutuhan produksi program khususnya program yang praktikan koordinasikan bernama BUCIN dan membantu Liaison Officer Talent Friend With Benefit (FWB), dengan membantu mencari artis dan mencari game untuk acara tersebut. Praktikan juga diperbolehkan melakukan Work From Home (WFH) jika ada urusan penting seperti perkuliahan dan urusan pribadi.

Ditengah menjalani Kerja Profesi, terjadi penambahan posisi pada praktikan. Dimana pada satu bulan terakhir yakni mulai bulan 1 September, praktikan diberikan tanggung jawab menjalani tugas Liaison Officer Talent pada program FWB. Dalam pelaksanaan Kerja Profesi pada program studi ilmu komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, terdapat ketentuan durasi dalam melakukan Kerja Profesi 3 bulan dengan total 440 jam. Praktikan melakukan Kerja Profesi mulai dari 1 Juli 2024 hingga dengan 30 September 2024 *Creative Production* di MNC Channels program Music TV BUCIN dan FWB.