

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Mahasiswa tidak hanya belajar melalui teori namun juga secara praktik di lapangan. Praktik yang dilakukan bertujuan untuk mengimplementasikan teori dan konsep dari mata kuliah yang sudah dipelajari di dalam kelas. Hal ini adalah salah satu yang ditekankan oleh perguruan tinggi sebagai pencapaian dalam suatu pembelajaran selama perkuliahan. Dengan harapan mahasiswa dapat terjun secara langsung di dunia kerja dan dapat memperoleh pengalaman dari tempat di mana ia melakukan kerja profesi.

Ketika lulus tentunya diperlukan banyak keterampilan untuk melanjutkan perjalannya ke jenjang pekerjaan. Namun banyak *fresh graduate* yang diragukan untuk bekerja disuatu perusahaan karena kurangnya dalam segi pengalaman dan keterampilan diri di dunia pekerjaan. Berbeda halnya dengan para pencari pekerjaan yang sudah lebih lama memiliki berbagai pengalaman (Linovhr, 2016). Dengan begitu sebelum mahasiswa lulus dari perkuliahan, mahasiswa diharuskan memiliki bekal pengalaman yang cukup. Sehingga bekal pengalaman tersebut dapat memudahkan seorang mahasiswa melanjutkan pengalaman tersebut di dunia pekerjaan. Selain itu, dapat membuktikan bahwa seorang yang merupakan *fresh graduate* dapat melakukan inovasi dan memiliki bekal pengalaman yang cukup nantinya di dunia pekerjaan (Linovhr, 2016).

Dalam membentuk skill mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan hal yang mudah. Jurusan Ilmu Komunikasi merupakan jurusan yang memiliki banyak prospek kerja kedepannya. Ilmu Komunikasi tidak lekang oleh waktu, ditambah dengan teknologi saat ini yang sangat membantu para setiap orang untuk dapat melakukan segala hal dengan praktis. Dengan begitu, sebagai mahasiswa khususnya ilmu komunikasi akan dituntut untuk dapat berpikir kreatif dalam setiap pekerjaan yang dilakukan.

Terkait dengan hal tersebut, Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) menerapkan peraturan wajib untuk para mahasiswanya mengikuti mata kuliah Kerja Profesi. Mahasiswa yang telah lulus mata kuliah kerja profesi diharapkan mendapatkan gambaran secara langsung terkait dunia pekerjaan sebelum mereka

lulus. Mahasiswa juga diharapkan dapat mengaplikasikan teori – teori yang sebelumnya sudah didapatkan pada saat perkuliahan.

Program studi Ilmu Komunikasi UPJ terdapat dua minor, salah satunya adalah *broadcast journalism*. Pada saat mahasiswa menggeluti minor *broadcast journalism* maka mahasiswa tersebut akan mempelajari secara mendalam bagaimana menjadi seorang *broadcaster* dan jurnalis yang tugas utamanya adalah memperoleh serta menyebarkan informasi secara menyeluruh melalui media teknologi dengan baik. Media yang dimaksud adalah beragamnya media saat ini, mulai dari media cetak, media massa, media televisi dan sebagainya.

Sebelum hadirnya televisi di tengah masyarakat, yang hadir terlebih dahulu adalah media cetak dan kemudian radio. Asal kata “media” berasal dari bahasa latin yang berarti “perantara”. Media adalah penyalur informasi yang disampaikan melalui sumber pesan kepada seluruh penerima pesan atau komunikan. Media televisi adalah sebuah media untuk sarana menghibur diri disaat seseorang sedang merasa jenuh, bosan atau penat. Acara yang ditayangkan melalui televisi dominan merupakan acara hiburan seperti music, pertunjukan, film, dll (Jerry Indrawan, 2019)

Sebenarnya, media televisi adalah media massa dalam bentuk elektronik yang digunakan oleh para pengguna untuk mendapatkan berbagai informasi. Informasi tersebut bisa dalam bentuk hiburan, pendidikan, dan sebagainya. Berdasarkan dengan Undang-Undang Penyiaran nomor 24 Tahun 1997 Bab II Pasal V berbunyi: “Penyiaran mempunyai fungsi sebagai media informasi dan penerangan, Pendidikan dan hiburan yang dapat memperkuat ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya serta pertahanan dan keamanan” (Komisi Penyiaran Indonesia, 2017). Media penyiaran dan informasi pun saat ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media penyiaran pun selalu berusaha memberikan bagaimana teknologi yang modern yang dikemas berbeda dengan inovasi-inovasi yang ada sesuai dengan kebutuhan *audience*. Perkembangan teknologi yang cukup pesat terbukti dengan adanya alat-alat penunjang ketika dilakukannya penyiaran baik secara langsung atau pun *tapping*. Pada media elektronik saat ini banyak *audience* yang dapat melihat berita secara langsung melalui televisi ataupun melalui aplikasi online.

Pesatnya digitalisasi dalam beberapa tahun terakhir telah membuat televisi (TV) di Indonesia semakin ditinggalkan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan

bagaimana menurunnya persentase penduduk yang menikmati siaran di kedua jenis media tersebut pada 2021. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 86,96% penduduk Indonesia yang menonton TV dalam seminggu terakhir pada 2021. Persentase itu lebih rendah dibandingkan pada 2018 yang mencapai 93,21%. Sedangkan, persentase penduduk Indonesia yang mendengarkan radio hanya 9,85%. Angkanya juga turun dibandingkan tiga tahun sebelumnya yang sebesar 12,73%. Menurut usianya, proporsi penduduk yang menonton TV paling banyak dari anak usia 5-17 tahun, yakni 89,69%. Angkanya terus menurun seiring dengan menuanya usia penduduk (Widi, 2022).

Dengan adanya internet yang mendukung *smartphone*, membuat para pemiliknya semakin mudah untuk memilih dan memperoleh informasi mana saja yang dibutuhkan atau diinginkan. Hal ini membuat masyarakat beralih menggunakan *smartphone* sebagai media informasi dibandingkan menonton televisi. Salah satu yang memudahkan para pemilik *smartphone* adalah dapat memperoleh informasi dimanapun dan kapanpun. Hal ini terbukti di dalam IDN *Research Institute* dalam *Indonesia Milenial Report 2019* yang menyatakan bahwa terdapat 4 kegiatan utama dimana seseorang sedang terkoneksi dengan jaringan internet, diantaranya adalah saat melakukan *messaging, browsing, social networking* serta *video streaming*. Saat ini bentuk layanan *video streaming* semakin populer diberbagai kalangan karena dapat diakses dengan mudah.

Saat ini, praktikan merasa belum memiliki pengalaman serta kemampuan yang cukup sebagai seorang *broadcaster* atau jurnalis. Dengan tujuan ingin mendapatkan ilmu serta pengalaman yang lebih dalam bidang tersebut, praktikan memilih perusahaan PT. Media Nusantara Citra Tbk atau MNC Digital Indonesia khususnya pada Aplikasi RCTI+. Praktikan juga melakukan kerja profesi pada divisi kreatif karena ingin mengetahui bagaimana peranan yang dilakukan oleh tim kreatif pada sebuah aplikasi streaming digital. Praktikan memilih praktik kerja profesi di RCTI+ karena merasa RCTI+ merupakan perusahaan media yang tepat untuk menggali ilmu terkait pengalaman yang belum didapatkan di kampus, seperti melakukan riset grafis yang dibutuhkan untuk ide kreatif sebuah acara, melakukan *briefing host* pada acara, menentukan ide *giveaway* pada program acara dan lain-lain. PT. Media Nusantara Citra Tbk termasuk ke dalam perusahaan media massa yang terintegrasi di Indonesia serta pada tahun 2019 memiliki inovasi baru yaitu membentuk aplikasi yaitu Aplikasi RCTI+.

Praktikan memilih divisi kreatif dalam setiap program yang akan dijalankan oleh RCTI+. Tugas utama divisi kreatif di Aplikasi RCTI+ adalah membuat konsep ide untuk program yang akan berjalan, membuat inovasi pada program yang sudah ada, membuat skrip program yang harus dibacakan oleh pembawa acara, membuat rundown kegiatan pada setiap program, melakukan *briefing* kepada klien, pembawa acara dan sebagainya. Dengan begitu, mahasiswa Ilmu Komunikasi perlu untuk melatih skill sebanyak mungkin yang dimana skill tersebut akan digunakan saat mahasiswa lulus. Penting bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk bergabung ke dalam divisi kreatif karena setiap bidang pekerjaannya merupakan bidang ilmu komunikasi, mulai dari *publik speaking*, membentuk ide kreatif, membuat konsep, dan sebagainya.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Divisi Kreatif di RCTI+

- 1) Mempelajari profesi sebagai divisi kreatif dalam perusahaan media massa televisi dalam bentuk aplikasi *streaming*
- 2) Meningkatkan wawasan serta keterampilan dalam berinovasi di dunia pekerjaan terkait cara kerja divisi kreatif pada perusahaan media massa televisi dalam bentuk aplikasi *streaming*
- 3) Mengimplementasikan mata kuliah yang sudah dipelajari ke dalam dunia kerja divisi kreatif pada perusahaan media massa televisi dalam bentuk aplikasi *streaming*
- 4) Melatih cara berpikir dengan sering melakukan *brainstorming* ide atau konsep suatu program

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Divisi Kreatif di RCTI+

- 1) Mendapatkan wawasan serta keterampilan bekerja sebagai divisi kreatif pada media massa televisi dalam bentuk aplikasi *streaming*
- 2) Mendapatkan pengalaman praktik secara langsung teori yang didapat di kelas terhadap kegiatan divisi kreatif pada media massa televisi dalam bentuk aplikasi *streaming*
- 3) Mendapatkan pengetahuan baru terkait membentuk inovasi dalam suatu program yang akan atau sedang dijalankan pada kegiatan divisi kreatif pada media massa televisi dalam bentuk aplikasi *streaming*

1.2.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : PT. MEDIA NUSANTARA CITRA GROUP (MNC DIGITAL INDONESIA – RCTI+)

Alamat : MNC Studios, Jl. Perjuangan No.22 RT.11/RW.10, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta.

RCTI+ merupakan bagian dari MNC Digital Indonesia yang merupakan anak perusahaan dari MNC Group. RCTI+ saat ini tergabung dengan 3 kantor stasiun televisi yaitu MNCTV, GTV, dan RCTI. Letak kantor RCTI+ sendiri berada di MNC Studios Kebon Jeruk di tower 2. Terdapat tiga tower di MNC Studios yaitu tower 1 sebagai pusat RCTI, tower 2 sebagai pusat MNCTV, dan tower 3 sebagai pusat GTV. Disebut kantor pusat karena di setiap tower tersebut memiliki studio yang menjadi tempat program unggulan dari masing-masing stasiun televisi tersebut.

Ketika praktikan melakukan Kerja Profesi di tower 2 MNC Studios Lt. 3 tepatnya pada ruangan khusus wilayah bagian RCTI+. Alasan praktikan memilih Kerja Profesi di RCTI+ adalah RCTI+ terutama MNC Group merupakan perusahaan media massa televisi yang terkemuka di Indonesia. Praktikan memilih divisi kreatif dengan alasan ingin mengetahui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh tim *creative* di balik keseruan program yang ditayangkan, ingin mengetahui bagaimana membentuk konsep hingga konsep tersebut bisa tereksekusi dengan baik di layar televisi para audience, ingin mempraktikkan pengalaman yang sebelumnya dimiliki di masa perkuliahan dan ingin menambah wawasan dan keterampilan terhadap pola pikir kreatif di media massa televisi.

Sebelum praktikan memulai kegiatan kerja profesi, praktikan melakukan *update* CV, portofolio dan membuat cover letter pada bulan April lalu. Kemudian mulai dari bulan April hingga Mei, praktikan mencari lowongan magang melalui internet seperti LinkedIn, Instagram, dan bertanya ke beberapa teman yang sekiranya memiliki info terkait lowongan magang. Setelah mencari, praktikan mengirimkan CV dan portofolio kepada beberapa perusahaan yang dituju seperti Prambors, MetroTV, MNC Channels, dan RCTI+. Perusahaan tersebut saat itu sedang membuka lowongan, Prambors membuka lowongan untuk posisi Producer Assistant, MetroTV membuka lowongan untuk posisi Web Intern, MNC Channels membuka lowongan untuk posisi Promo Off Air/Media, dan RCTI+ membuka lowongan untuk posisi divisi kreatif.

Pada awal bulan Juni 2022, praktikan mengirimkan cover letter ke pihak MNC Channels, mengikuti assessment dan test psikotest di MetroTV, serta mengirimkan transkrip nilai dan surat pengantar dari kampus ke RCTI+. Setelah itu pada minggu ke-dua Juni, praktikan melakukan interview bersama HRD. Kemudian diminggu berikutnya praktikan mendapatkan kabar bahwa diterima di RCTI+ sebagai divisi kreatif dan melakukan berkas magang. Pada tiga hari pertama, praktikan diarahkan untuk WFH dan dihari ke-empat kerja, praktikan diarahkan untuk WFO hingga saat ini. Waktu kerja yang dilaksanakan oleh praktikan selama bergabung di dalam RCTI+ adalah pada hari Senin–Jumat, untuk jam kerjanya akan menyesuaikan kebutuhan produksi program.

