

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Kelahiran Industri 4.0 telah membawa manusia ke arah digitalisasi penuh, di era ini manusia tidak dapat dipisahkan dari perangkat elektronik. Teknologi ini bisa membantu manusia dan mempermudah pekerjaan atau tugas. Revolusi ini berdampak langsung pada dunia industri, seperti persaingan dalam dunia kerja yang semakin kompetitif. Teknologi ini dapat membantu orang dan mempermudah pekerjaan atau tugas. Revolusi ini berdampak langsung pada dunia industri, seperti persaingan di tempat kerja.

Sebagai mahasiswa yang akan melanjutkan kehidupannya dengan memilih untuk bekerja tidak hanya wajib mempunyai kecerdasan, namun juga kemampuan dasar. Seperti yang kita ketahui bersama, selama menempuh pendidikan tinggi, mahasiswa hanya menaruh pengetahuan teoritis. Kompetensi dasar yg dibahas mencakup pengetahuan, keterampilan & sikap. Tidak ketiganya bisa diberikan melalui aktivitas perkuliahan formal. Maka dari itu, mahasiswa wajib melakukan KP Praktek Kerja Lapangan (Praktek) (Rahmad, 2019).

Kerja Profesi (KP) adalah kegiatan yang dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman dunia kerja yang komprehensif dan dapat memberikan kesempatan untuk menerapkan teori dan praktik yang diperoleh di Universitas Menganalisis teori dan praktik sesuai dengan kompetensi program studi (Prodi) di lingkungan institusi/perusahaan Menengah (Universitas Pembangunan Jaya, 2020).

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) menetapkan syarat kelulusan bagi mahasiswa UPJ salah satunya dengan melakukan kerja profesi. Bobot mata kuliah ini adalah tiga sks, dengan waktu kerja minimal 400 (empat ratus) jam dan maksimal 8 (delapan) jam kerja per hari (tanpa memperhatikan istirahat institusi/perusahaan). Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut: mahasiswa memiliki waktu yang cukup untuk menyesuaikan diri dengan dunia kerja, menerima pengalaman, menuntaskan tugas dan memberikan manfaat

bagi institusi/perusahaan; jika sesuai, mengumpulkan data untuk menyusun disertasi/tugas akhir (TA) (Firdiansyah, 2020).

Universitas Pembangunan Jaya memiliki program studi Ilmu Komunikasi dan salah satu jurusan yang tersedia adalah Humas. Humas didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membentuk & memelihara hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan publik, yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi (Cutlip, Center & Broom 2011).

MNC Media merupakan perusahaan media terbesar di Asia Tenggara di bawah MNC Group. MNC Media menjadi saluran konten industri TV berbayar di Indonesia yang memiliki unit salah satunya MNC Channels. Layanan untuk siaran dari televisi khusus kepada pemirsa yang bersedia membayar secara teratur merupakan TV berbayar (Wulansari, 2018)

Dari waktu ke waktu, MNC Channels terus mengembangkan channel-nya agar dapat menyajikan program siaran yang paling universal dan terbaik. Beberapa channel tentu memiliki tayangan yang menarik dan menarik selama ini. Channel di bawah MNC Channels antara lain MNC Entertainment, MNC News, MNC Lifestyle, Kids Channel, Health & Beauty, Home & Living, MNC Muslim, Drama Channel, Auto & Gadget, Food & Travel, MNC Fashion, Music Channel, Games Channel, Movies Channels, Saluran MNC Sports, Saluran Ekstrim, Saluran Infotainment MNC, Saluran Komedi, dan Saluran Sepak Bola. MNC Channels terlibat dalam peluncuran saluran premium baru dan beragam (Wulansari, 2018).

Industri pertelevisian di Indonesia dimulai pada 4 Agustus 1982, bersamaan dengan pembukaan dari Asian Games yang ke-4 atau ASEAN Games di Senayan. Televisi Republik Indonesia (TVRI) menjadi salah satunya televisi di Indonesia pada saat itu yang dapat ditonton oleh masyarakat di Indonesia. Pada tahun 1989 TVRI memiliki saingan stasiun TV yang sifatnya komersial, yaitu Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Setelah itu stasiun TV lainnya juga mulai hadir seperti SCTV dan TPI yang saat ini dikenal sebagai MNCTV. Perkembangan stasiun TV nasional di Indonesia saat ini menjadi 11 stasiun. Dengan munculnya televisi nasional, banyak perubahan telah terjadi di kancah pertelevisian Indonesia dalam hal kualitas siaran dan waktu siaran.

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi promosi, tidak terkecuali TV. Perkembangan pertelevisian yang pesat saat ini membuat stasiun TV tidak lagi hanya mengandalkan media visual dari TV itu sendiri untuk menyebarkan programnya, tetapi harus mengandalkan media lain. Stasiun televisi harus hati-hati mengidentifikasi target audiens mereka dan, yang paling penting, mengidentifikasi program berkualitas tinggi dan unik untuk menangkap dan memenuhi kebutuhan audiens (Putri, 2018).

Ada banyak cara untuk mempromosikan acara TV agar orang-orang mempelajarinya dan akhirnya menontonnya. Secara garis besar, ada dua cara untuk mempromosikan acara TV, promosi off-air dan promosi on-air. Promo off air merupakan bentuk propaganda stasiun TV yang dilakukan di luar stasiun TV dengan melibatkan media lain. Dalam kampanye off-air, media lebih fokus pada publikasi, iklan, dan acara (Putri, 2018).

Perkembangan teknologi dan media informasi sudah mengubah cara promosi pada era digital. Beberapa promosi yang dilakukan melalui media digital terutama dilakukan melalui media sosial, jaringan website, search engine, dll. Internet menjadi media bagi pengusaha yang mengerti terkait teknologi untuk melakukan promosi usahanya. Mempromosikan usaha melalui Internet memberikan manfaat seperti menjadi lebih murah, dapat memberikan kepada banyak orang dengan waktu yang singkat, dan proses promosinya juga dinilai lebih praktis dan cepat. Selain itu, pengeluaran biaya menggunakan internet juga lebih terjangkau, dapat menjangkau pengguna internet lainnya secara global dengan cepat. Promosi kreativitas menjadi penting jika minimnya promosi digital karena kompetitor-kompetitor lain bermain di dalamnya. Dengan kata lain, kunci keberhasilan dari penjangkauan digital dengan promosi yang unik dan melakukannya dengan benar (Augustinah, 2019).

Dalam konteks ini, praktisi bekerja secara profesional di divisi promosi non-siaran dan media online MNC Channels, bagian dari MNC Group. Pekerjaan profesional untuk jangka waktu 3 bulan dari tanggal 31 Januari 2022 sampai dengan 29 April 2022. Tugas utama praktisi adalah menghasilkan konten promosi di MNC Channels, seperti materi promosi untuk acara yang akan disiarkan di setiap saluran. Channel yang dipraktekkan tidak hanya MNC

Lifestyle & Fashion, tetapi juga Kids TV, MNC Channels, MNC Sports 2, MNC Sports, MNC Sports 3 dan Soccer TV.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

- 1) Mempelajari profesi sebagai bagian dari Promo Off air dan Online Media dalam perusahaan media.
- 2) Mempelajari kegiatan membuat desain visual post di perusahaan media.
- 3) Meningkatkan wawasan, pengetahuan dan keterampilan terkait dengan pembuatan visual post Instagram MNC Channels

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- 1) Memperoleh wawasan pembelajaran dalam dunia kerja.
- 2) Memperoleh kemampuan menulis, mengedit dan meningkatkan kreativitas desain untuk visual post Instagram MNC Channels.
- 3) Memperoleh wawasan, pengetahuan dan keterampilan terkait dengan menulis, mengedit yang baik dan benar pada perusahaan media.

1.3 Kegunaan Kerja Profesi

1.3.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

- 1) Memperluas jaringan atau relasi antara program studi ataupun UPJ dengan instansi/perusahaan terkait.
- 2) Mendapatkan *feedback* dalam menyempurnakan kurikulum program studi sesuai dengan tuntutan industry dan masyarakat.

1.3.2 Bagi Mahasiswa

- 1) Mendapatkan pengalaman kerja sesuai dengan bidang program studi untuk mendapatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan di bidangnya agar memiliki bekal saat ingin terjun langsung ke dunia kerja.
- 2) Mendapatkan pengetahuan melalui departemen promo off air dan online media.
- 3) Dapat menerapkan apa yang sudah didapatkan selama di bangku perkuliahan.

1.3.3 Bagi Perusahaan

- 1) Memperluas jaringan/relasi antara instansi/perusahaan dengan

universitas terkait.

- 2) Menjalin hubungan baik dengan universitas terkait.
- 3) Menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan universitas.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Tempat : MNC Channels

Alamat : Lantai 4, Tower 2, MNC Studios Kebon Jeruk, Jakarta Barat

Website : <https://mncchannels.com>

Divisi : Promo Off air dan Online Media

MNC Media adalah perusahaan media terbesar di Asia Tenggara di bawah MNC Group. MNC Group didirikan pada tanggal 2 November 1989 oleh Hary Tanoesoedibjo. MNC Group memiliki 4 investasi strategis yaitu media, jasa keuangan, perhotelan hiburan dan e-commerce dan digital lainnya. MNC Group mengoperasikan 4 stasiun televisi nasional atau Free Radio (FTR) antara lain RCTI, MNCTV, GTV dan iNews. MNC Media memiliki salah satu unit bisnis yaitu MNC Channels. MNC Channel beroperasi sebagai saluran konten untuk industri TV berbayar di Indonesia. Platform MNC Channels adalah MNC Vision, MNC Olaym, K-Vision, Playbox dan Vision+ Apps.

Praktisi bekerja secara profesional di divisi MNC Channels Promo Off air dan Online Media. MNC dipilih sebagai tempat kerja profesional karena MNC merupakan perusahaan media terbesar di Asia Tenggara di bawah MNC Group. Alasan lain memilih perusahaan multinasional adalah karena pandemi covid-19, banyak perusahaan yang tidak membuka kerja profesi bagi mahasiswa.

Praktisi ini bekerja secara profesional di MNC Channels akibat pandemi covid-19. Di MNC Channels, praktisi ditugaskan untuk mendesain untuk tujuan promosi non-live. Tidak hanya desain yang dirancang untuk tujuan promosi, namun praktisi mendesain desain untuk memperingati hari-hari penting yang selalu diperingati, seperti Tahun Baru Imlek, Hari Kartini, Hari Pers Nasional dan hari-hari penting lainnya.

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Pembuatan CV & Portofolio																					
2.	Pencarian Tempat KP																					
3.	Mengirim CV ke PT. Caesarindo Grup																					
4.	Melakukan interview																					
5.	Mengirim CV ke MNC Group																					
6.	Melakukan Interview																					
7.	Diterima di MNC Group unit bisnis MNC Channels																					
8.	Pelaksanaan KP																					
9.	Pelaksanaan Bimbingan KP																					
10.	Pembuatan Laporan KP																					
11.	Pengmpulan Laporan KP																					

Pada bulan Januari minggu pertama, praktikan mempersiapkan berkas-berkas untuk melamar di perusahaan yang akan dituju seperti *curriculum vitae* (CV) dan Portofolio. Lalu, praktikan mencari informasi perusahaan yang sedang membuka lowongan magang untuk melaksanakan kerja profesi di perusahaan tersebut.

Fokus praktikan saat melamar magang pada bidang yang berhubungan dengan komunikasi seperti *content creator*, *social media*, *SEO*, *marketing communication*. Setelah apply di beberapa perusahaan, praktikan mendapatkan email oleh PT. Caesarindo Group untuk melakukan interview di minggu berikutnya. Setelah menunggu informasi, akhirnya praktikan di terima di perusahaan tersebut

sebagai *social media specialist*. Karena terdapat kendala di perusahaan tersebut, praktikan memutuskan untuk pindah perusahaan.

Praktikan mendapatkan informasi dari teman yang pernah melakukan magang MNC bahwa MNC sedang membuka lowongan untuk mahasiswa yang ingin melakukan magang. Tanpa berfikir panjang praktikan mengirim CV dan portofolio ke MNC Media. Di Minggu yang sama praktikan melakukan interview dan mendapatkan telfon dari MNC bahwa praktikan diterima magang di MNC Media divisi Departemen Promo Off air dan Online Media.

Kerja profesi yang dilakukan praktikan berlangsung selama 3 bulan dimulai dari tanggal 31 Januari 2022 hingga 30 April 2022. Dihari pertama magang, mentor praktikan mengundang praktikan ke dalam grup whatsapp untuk mempermudah komunikasi dan mendapatkan informasi. Praktikan melakukan kerja profesi secara *Work From Office* (WFO) pada hari pertama akan tetapi, pada hari selanjutnya hingga tanggal 4 Maret 2022 kerja profesi dilakukan secara *Work From Home* (WFH). Hal ini dikarenakan terdapat karyawan dan teman magang praktikan yang terkena covid-19. Pada tanggal 7 Maret 2022 praktikan melaksanakan kerja profesi kembali secara WFO.

Setelah melaksanakan Kerja Profesi (KP), praktikan melakukan bimbingan KP diminggu ketiga bulan April, minggu kedua dan minggu ketiga bulan Mei 2022. Dalam melakukan kerja profesi praktikan juga harus menyusun laporan kerja profesi dari bab 1 hingga bab 4 yang dilakukan dari bulan february sampai april 2022. Setelah mengerjakan laporan KP, praktikan mengumpulkan laporan kerja profesi pada tanggal 10 Mei 2022.