

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Manajemen Produksi TV adalah semua aktivitas atau proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Proses manajemen ini berlaku POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling), Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan. Pelaksanaan manajemen produksi TV menjadi landasan kesuksesan dalam berjalannya produksi program.

Dalam susunannya, manajemen produksi TV memiliki salah satu peran yang dikenal dengan profesi sebagai Liaison Officer (LO). LO dalam produksi program musik memiliki peran sebagai garda terdepan untuk membangun relasi dengan narasumber sehingga program acara dapat terus berjalan. Untuk itu, penting bagi seorang LO agar dapat memiliki kemampuan negosiasi yang baik dan memahami cara untuk berkomunikasi dengan baik untuk dapat membangun serta menjaga hubungan.

Secara prinsip, setiap perusahaan menghendaki kemajuan dalam usahanya guna meraih keberhasilan atau kesuksesan. Salah satu kunci utama menuju sukses perusahaan adalah membangun relasi yang solid dengan para pihak yang memiliki kepentingan dalam operasinya. Saat menjalankan aktivitas bisnisnya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan para pemangku kepentingan yang memiliki peran penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Pengaruh dari para pemangku kepentingan ini juga dapat memengaruhi citra dan reputasi perusahaan, yang tentunya sangat penting dalam kelangsungan dan perkembangan bisnisnya (Ganiem & Kurnia, 2019, hal. 6). Dengan demikian, upaya untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan beragam pihak merupakan suatu kewajiban yang tak dapat diabaikan oleh setiap perusahaan.

Dalam era digitalisasi industri saat ini, Public Relations (PR) memainkan peran yang sangat penting sebagai alat untuk menghubungkan pesan antara perusahaan dan publik. Menurut Jefkins (1980), PR adalah bentuk komunikasi yang digunakan untuk menciptakan citra yang positif (Akhbar et al., 2021, hal. 6). Ini berarti bahwa PR adalah aktivitas yang bertujuan untuk membangun kepercayaan, goodwill, dan citra yang baik di mata publik. Tujuannya adalah untuk

menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dan masyarakat melalui komunikasi dua arah. Peran PR adalah untuk berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan publik dengan tujuan mencapai pemahaman bersama. PR memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan karena dapat memengaruhi perilaku individu atau kelompok serta mendorong terjalinnya hubungan yang baik antara keduanya.

Dalam industri hiburan, seorang Liaison Officer memiliki dampak yang signifikan terhadap suksesnya sebuah acara atau kegiatan organisasi. Oleh karena itu, seorang Liaison Officer perlu memiliki perencanaan komunikasi Public Relations yang terstruktur untuk menjalin kerja sama yang efektif dengan mitra kerjanya. Frank Jefkins menyatakan bahwa Public Relations adalah bentuk komunikasi yang terencana, baik yang ditujukan untuk internal maupun eksternal perusahaan, dengan tujuan mencapai tujuan tertentu (Ishaq, 2015, hal. 8). Dalam merancang strategi komunikasi Public Relations, hal yang penting adalah mengidentifikasi publik yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan atau organisasi tersebut. Pihak-pihak yang terlibat dalam ranah Public Relations disebut sebagai publik atau pemangku kepentingan. Stakeholders dalam konteks Public Relations biasanya dibagi menjadi dua kelompok, yaitu internal public (publik internal) dan eksternal public (publik eksternal) (Akhbar et al., 2021, hal. 23).

Stakeholders atau publik internal merujuk kepada sekelompok individu yang terkait dengan perusahaan dan memiliki kepentingan dalam mencapai tujuan tertentu. Ini mencakup karyawan, pemegang saham, dan manajer di dalam organisasi. Keberadaan stakeholders internal ini memiliki dampak signifikan terhadap kelancaran operasional perusahaan, dan hal ini juga berdampak pada citra perusahaan. Dalam konteks Public Relations, tidak hanya penting untuk memberikan informasi kepada stakeholders internal, tetapi juga untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan mereka guna membangun dukungan dan kerja sama yang saling mendukung dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

Di sisi lain, stakeholders eksternal merujuk kepada sekelompok individu atau entitas di luar perusahaan yang tidak memiliki keterlibatan langsung dalam operasionalnya. Kelompok ini mencakup pelanggan, pemerintah, komunitas, kelompok masyarakat, dan media massa (Akhbar et al., 2021, hal. 27).

Stakeholders eksternal memiliki jangkauan yang lebih luas karena mereka berhubungan dengan masyarakat atau khalayak yang lebih besar. Oleh karena itu, Public Relations berperan penting dalam membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pihak-pihak di luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

Praktik kerja lapangan merupakan sebagai modal untuk pelatihan yang ada di lapangan, dengan tujuan bisa memberikan kecakapan dalam suatu pekerjaan sesuai dengan tuntutan kemampuan untuk pekerjaan (Hamalik, 2001). Pengalaman terjun langsung di industri media semacam ini menjadi bagian dari kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang dikenal dengan Kerja Profesi. Dengan total 3 SKS dan 300 jam periode magang, mahasiswa mengalami kerja di industri yang relevan dengan minor jurusan. Mahasiswa pun melengkapi pengalaman kerja dengan menyusun laporan dan sidang Kerja Profesi untuk menunjukkan bukti bahwa kegiatan magang telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur serta mahasiswa memperoleh ilmu dari kegiatan tersebut.

Kerja Profesi menjadi salah satu prasyarat kelulusan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya (UPJ), terkhusus kepada minor Broadcasting Journalism, Kerja Profesi dapat memberikan gambaran, pengalaman, serta ilmu dalam dunia kerja untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja agar kedepannya dapat bertindak secara profesional serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dimiliki. Broadcasting Journalism pada umumnya berkaitan dengan peliputan informasi untuk disampaikan kepada masyarakat. Namun, perlu digaris bawahi bahwa terdapat banyak bagian serta unit yang terdapat di dalamnya, sehingga beberapa pekerjaan yang terdapat pada bagian Public Relation memiliki keterkaitan yang berkesinambungan dengan Broadcasting Journalism.

Dalam membangun relasi, tidak hanya terbatas pada hubungan dengan pihak internal perusahaan, tetapi juga penting untuk menjaga hubungan yang positif dengan pihak eksternal. Para stakeholders eksternal memiliki peran yang signifikan dan dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan serta pencapaian tujuannya. Keterlibatan mereka mengimplikasikan partisipasi pihak luar sebagai pemangku kepentingan dalam operasional bisnis perusahaan.

Praktikan memilih PT MNC Sky Vision Tbk sebagai contoh perusahaan dalam bidang layanan TV berlangganan karena perusahaan ini dianggap memiliki kualitas yang tinggi dan dipercaya oleh praktikan sebagai tempat untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah dalam konteks pekerjaan di dunia nyata. PT MNC Sky Vision Tbk dikenal sebagai perusahaan media yang aktif dalam mengadopsi inovasi dalam perkembangan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan ini sangat berupaya untuk menjaga dan memelihara hubungan yang baik dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam operasionalnya, atau yang biasa disebut sebagai stakeholders.

Dikutip dari Dokumen Perusahaan tahun 2023, PT MNC Sky Vision Tbk, yang merupakan induk perusahaan dari unit bisnis MNC Channels, mengoperasikan berbagai saluran televisi yang menghadirkan talenta sebagai narasumber dalam berbagai program. Oleh karena itu, perusahaan sangat berharap dapat menjalin kerja sama yang erat dengan pihak-pihak eksternal. Salah satu saluran di bawah MNC Channels adalah Music TV, yang baru-baru ini meluncurkan program televisi bernama "Friends With Benefit" atau FWB. FWB adalah program musik variasi yang mengundang musisi dengan tujuan untuk mempromosikan karya mereka, seperti single atau album, sambil memberikan hiburan kepada penggemar musik dengan pertunjukan musik berkualitas dan menghibur.

Dalam lingkup departemen Music TV, yang mengelola program musik "Friends With Benefit" (FWB), para pihak eksternal yang dimaksud adalah para penyanyi yang berperan sebagai talenta atau narasumber dalam acara tersebut. FWB program ini memiliki target audiens di kalangan pemuda yang gemar dengan musik Indonesia dan mencari hiburan musik. Oleh karena itu, program ini mengundang penyanyi muda yang memiliki lagu-lagu yang populer di kalangan pemuda sebagai bintang tamu. Ini berhubungan dengan peran penting manajemen Public Relations dalam pengaruh keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Dalam konteks MNC Channels, peran Public Relations dalam menjalin hubungan dengan eksternal stakeholders dipegang oleh seorang Liaison Officer. Liaison Officer berperan sebagai perwakilan perusahaan yang bertugas untuk mengumpulkan dan menyampaikan informasi yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam persiapan acara (Ward et al., 2015, hal. 302). Kehadiran Liaison Officer (LO) sangat krusial bagi perusahaan karena ia memiliki

peran sentral dalam menjembatani perusahaan dengan organisasi atau individu tertentu demi kelancaran suatu program atau acara.

Dalam konteks program "Friends With Benefit," Liaison Officer berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan perusahaan dengan para narasumber, khususnya musisi atau penyanyi, untuk menjalin kerja sama dalam program tersebut. LO juga bertanggung jawab untuk mengelola dan memenuhi kebutuhan para talenta selama berlangsungnya acara, dan ini menuntut perencanaan yang matang dalam bidang Public Relations yang melatih kemampuan individu dalam melakukan negosiasi dan perencanaan sampai tahap pelaksanaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Untuk memenuhi persyaratan kelulusan, mahasiswa jurusan Komunikasi Strategis dalam Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara diharuskan menjalani periode magang. Praktikan sendiri menjalani magang di sebuah perusahaan media yang bernama PT MNC Sky Vision Tbk, yang mengelola departemen Music TV. Selama periode magang, praktikan menduduki posisi di Creative Production dalam divisi Liaison Officer.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Selain memenuhi persyaratan akademis untuk kelulusan, praktek magang juga memiliki tujuan-tujuan berikut:

1. Mampu menerapkan dan mengaplikasikan konsep dan pengetahuan yang diperoleh selama studi akademis, terutama dalam bidang Public Relations, dalam situasi kerja nyata.
2. Dapat meningkatkan pemahaman dan pengalaman praktis yang diperlukan untuk mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja setelah lulus.
3. Dapat memperluas jejaring profesional dan meningkatkan kemampuan untuk bekerja secara kolaboratif dalam tim di lingkungan kerja.
4. Memperoleh pengalaman dalam dunia kerja secara profesional.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat: MNC Studios

Alamat: Jl. Perjuangan No.9 10, RT.11/RW.10, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530.

Praktikan memilih PT MNC Sky Vision Tbk sebagai contoh perusahaan di industri layanan TV berlangganan karena reputasi perusahaan ini yang sangat baik dan kepercayaan praktikan untuk menjadikannya tempat untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah dalam situasi pekerjaan sebenarnya. PT MNC Sky Vision Tbk dikenal sebagai perusahaan media yang progresif dalam mengadopsi inovasi dalam perkembangan bisnisnya. Dalam rangka menjaga dan merawat hubungan yang positif dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam operasionalnya, atau yang sering disebut sebagai pemangku kepentingan, perusahaan ini berkomitmen untuk berusaha keras.

Menjalani pekerjaan sebagai partisipan magang di PT MNC Sky Vision Tbk, praktikan bergabung pada Departemen Music TV pada program acara Friends With Benefit (FWB). Alasan praktikan memilih Departemen Music TV adalah karena departemen tersebut dinaungi oleh PT MNC Sky Vision Tbk sebagai salah satu stasiun televisi terbesar yang ada di Indonesia. Selain itu, program tempat praktikan magang juga tempat yang kekinian dan terasa cukup relevan bagi praktikan dari segi tayangan program.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November
1.	Mengirim CV untuk beberapa perusahaan							
2.	Mengurus dan melengkapi dokumen keperluan Kerja Profesi							
3.	Melakukan proses interview di MNC Channels							
4.	Melengkapi dokumen untuk serah terima kontrak kerja							
5.	Melaksanakan Kerja Profesi							
6.	Menyusun Laporan Kerja Profesi							

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Sebelum menjalani Program Kerja Praktik (KP), praktikan mengambil beberapa langkah yang diperlukan. Pada Januari 2023, praktikan mulai dengan memperbarui CV dan portofolio. Selanjutnya, praktikan mencari tempat magang yang sesuai dengan latar belakang pendidikan praktikan dalam bidang jurnalistik penyiaran melalui media sosial dan internet. Selama proses pencarian lowongan, praktikan mengirimkan CV kepada beberapa perusahaan, termasuk MNC Channels. Setelah beberapa waktu, praktikan menerima pesan dari MNC Channels yang mengundang praktikan untuk melakukan wawancara langsung di kantor. Wawancara ini dipimpin oleh seorang produser dari Music TV dan berkaitan dengan posisi Creative Production.

