

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Praktikan tidak hanya belajar dengan teori tetapi praktikan juga penting belajar secara praktik di dalam lapangan. Praktik penting dilakukan karena bertujuan mengimplementasikan teori serta konsep dari mata kuliah yang sudah dipelajari saat kuliah. Hal tersebut yang selalu ditekankan oleh perguruan tinggi sebagai pencapaian dalam sebuah pembelajaran selama perkuliahan. Dengan harapan besar mahasiswa sebagai praktikan dapat terjun secara langsung pada dunia pekerjaan serta bisa memperoleh pengalaman dari tempat ia melakukan Kerja Profesi.

Praktikan yang seharusnya terlibat dalam Kerja Profesi karena berbagai alasan yang menjadikan pengalaman untuk investasi yang berharga untuk perjalanan semasa perkuliahan, baik secara pribadi maupun *professional*. Kerja profesi memungkinkan mahasiswa mengembangkan keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam pekerjaan. Termasuk keterampilan teknis, kepemimpinan, komunikasi, dan manajemen waktu. Melalui kerja profesi praktikan dapat membangun jaringan atau koneksi *professional*. Praktikan dapat menciptakan hubungan yang berguna di masa depan. Secara keseluruhan, Kerja Profesi merupakan bagian yang sangat penting dalam pendidikan tinggi untuk membantu praktikan menghubungkan teori yang sudah dipelajari dengan praktik secara langsung.

Kerja Profesi merupakan kesempatan yang sangat baik bagi praktikan sebagai mahasiswa/i untuk mengembangkan sejumlah *soft skills* untuk di dunia pekerjaan. Praktikan dapat belajar berkomunikasi secara baik di lingkungan kantor, ini mencakup kemampuan verbal, non verbal. Praktikan belajar untuk mengelola waktu Ketika menyelesaikan tugas – tugas serta proyek yang diberikan. Praktikan dapat mengasah kemampuan menganalisis dengan mengumpulkan data, mengamati tren, serta Menyusun laporan berdasarkan hasil temuan selama kerja profesi.

Saat lulus tentunya diperlukan banyak keterampilan agar dapat melanjutkan perjalanan ke jenjang pekerjaan. Tetapi sayangnya banyak *fresh*

graduate yang diragukan oleh suatu perusahaan untuk bekerja karena kurangnya dalam segi pengalaman serta keterampilan diri didalam dunia pekerjaan. Menurut Linovhr, berbeda ketika halnya para pencari pekerjaan yang sudah memiliki banyak pengalaman (Linovhr, 2016). Dengan itu memiliki bekal pengalaman dapat mempermudah mahasiswa ketika ingin melanjutkan pengalamannya di dunia pekerjaan.

Bidang Ilmu Komunikasi adalah jurusan yang mempunyai banyak peluang kerja untuk kedepannya. Komunikasi tidak akan lekang oleh waktu, dengan teknologi saat ini yang dapat membantu setiap orang agar mendapatkan sesuatu yang dengan praktis. Dengan hal tersebut, mahasiswa/i Ilmu Komunikasi akan dituntut agar berpikir kreatif didalam pekerjaan.

Universitas Pembangunan Jaya merupakan Perguruan Tinggi Swasta yang terletak pada daerah Bintaro, Tangerang Selatan membuka peluang untuk mahasiswa/i dalam mendapatkan pengalaman baru dan dapat menerapkan pengetahuan yang sudah dipelajari saat perkuliahaan sehingga mahasiswa dapat merealisasikan secara langsung ilmu yang sudah dipelajari. Harapannya mahasiswa/i dapat mengaplikasikan secara langsung konsep serta teori – teori yang sudah dipelajari di dalam kelas.

Pada Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mahasiswa/i dapat memilih minor, salah satunya adalah *broadcast journalism*. Ketika mahasiswa/i memilih minor *broadcast journalism* mahasiswa tersebut akan mempelajari konsep, teori serta tugas utama yaitu dapat memperoleh atau menyebarkan informasi secara menyeluruh dengan menggunakan media teknologi. *Broadcast* adalah praktik pengelolaan dan penyampaian siaran melalui radio atau televisi yang diatur oleh Lembaga penyiaran khusus. Penyiaran adalah proses komunikasi dari satu sumber atau produsen ke audiens melibatkan pengiriman informasi melalui perantara gelombang elektromagnetik atau medium transmisi yang lebih tinggi (J.B. Wahyudi,1996).

Media massa adalah jenis media yang paling menarik perhatian banyak orang. Tidak hanya karena pertumbuhannya sebagai alat komunikasi yang besar dan memiliki dampak yang terorganisir secara sistematis. Sejarah Panjang media massa dimulai dari *Acta Diurna* dan *Rhetorica* hingga perkembangan komunikasi massa yang pada akhirnya membentuk disiplin

ilmu yang dikenal sebagai ilmu komunikasi. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang ditujukan kepada banyak orang atau khalayak yang besar. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menggunakan media audio dan visual sebagai sarana untuk menyampaikan pesan (Josep A. Devito 2013).

Fenomena perkembangan televisi terus diikuti dengan meningkatnya jumlah stasiun televisi, baik yang berskala lokal maupun skala nasional, dari tahun ke tahun. Hal ini juga disertai dengan peningkatan mutu dari kualitas program dan peningkatan jumlah konten – konten yang tersedia. Hal tersebut menjadi bukti bahwa media televisi masih memiliki relevansi yang kuat di kalangan masyarakat. *Professional* kreatif dalam *industry* televisi terus berupaya untuk melakukan eksperimen untuk menemukan serta menciptakan program – program audio visual yang bermutu (Suprihono et al.,2019). Dengan demikian, informasi yang disajikan oleh media harus akurat dan memiliki manfaat yang nyata bagi masyarakat secara umum.(Elvinaro, 2016).

Media televisi merupakan salah satu media massa yang bersifat satu arah, karena media televisi hanya dapat mengantarkan atau memberikan pesan, tanpa memberikan umpan balik atau *feedback*. Menurut Undang – Undang Penyiaran Nomor 24 Tahun 1997, Bab II Pasal 5 berbunyi sebagai berikut: Penyiaran berfungsi sebagai media informasi serta penerangan, hiburan, dan Pendidikan yang dapat memperkuat ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya serta keamanan (Komisi Penyiaran Indonesia, 2017). Perkembangan yang sangat pesat membuat media penyiaran dan informasi mengalami kemajuan. Kemajuan teknologi membuat media penyiaran selalu mengemas inovasi – inovasi terbaru sesuai kebutuhan *audience*. Majunya perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat munculnya alat – alat untuk melakukan penyiaran baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya media elektronik membuat *public* bisa melihat berita melalui televisi atau melalui aplikasi media online.

Pertelevisian di Indonesia sudah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sejak awal tahun 1990. Pada awalnya muncul lima stasiun televisi utama seperti TVRI, ANTV, SCTV, RCTI serta INDOSIAR. Kegiatan komunikasi juga semakin berkembang luas untuk memenuhi kebutuhan para khalayak. Namun seiring berjalannya waktu persaingan di dunia pertelevisian semakin ketat.

Masing – masing televisi berusaha untuk menghadirkan berbagai macam program acara yang dapat menarik pemirsa.

Untuk menghasilkan program – program yang menarik, dibutuhkan *team – team* yang secara *professional*. Dalam situasi ini, *team creative* dalam industri pertelevisian memiliki peran yang sangat krusial. *Team creative* bertanggung jawab untuk merancang strategi dalam proses produksi program. *Team creative* memainkan peran kunci dalam kesuksesan dan pembuatan ide – ide yang menarik untuk program acara televisi. *Team creative* memiliki tanggung jawab utama dalam merencanakan program, mempersiapkan konten, membuat naskah, serta memastikan bahwa direktur dan *talent* memahami konsep program sehingga pelaksanaan berjalan sesuai dengan visi yang diinginkan. Terlebih, *team creative* juga bertugas untuk menghasilkan konsep – konsep menarik untuk sebuah acara. Kehadiran mereka juga sangat penting dalam menjaga tingkatan kualitas dan jumlah konten yang disajikan dalam satu acara.

Peran *team creative* memiliki dampak besar dalam menjaga mutu dan jumlah program acara. Untuk mempertahankan eksistensinya, suatu perusahaan perlu mempunyai strategi yang kreatif dan kompetitif, seperti menciptakan atau menyiarkan program – program yang diminati oleh masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa program – program tersebut menjadi daya Tarik bagi banyak penonton. Diperlukan individu-individu yang memiliki kreativitas untuk menciptakan program – program yang unik dan berbeda dari stasiun televisi lainnya. Mereka harus mampu menonjolkan keunggulan yang dimiliki oleh program tersebut, yang tidak ada di program televisi lain. Inilah alasan mengapa peran *team creative* sangat penting dalam industri televisi.

Dengan itu praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi di MNC *Channels*. MNC *Channels* adalah kumpulan saluran televisi yang menjadi bagian dari MNC *Group*, yang merupakan sebuah perusahaan media dan hiburan terkemuka di Indonesia. MNC *Channels* merupakan televisi berbayar yang menawarkan berbagai jenis program televisi, termasuk hiburan, olahraga, berita, dan gaya hidup yang disiarkan melalui saluran – saluran yang dioperasikan oleh MNC *Group*. MNC *Channels* memiliki peran yang signifikan sebagai salah satu pemain utama dalam industri media dan hiburan di

Indonesia. Mereka secara kesinambungan menyajikan beragam konten kepada pemirsa Indonesia.

MNC Channels memiliki program bernama *Lifestyle & fashion*. Program ini berfokus kepada gaya hidup dan *fashion*. Program ini dapat mencakup segala hal mulai dari tips *fashion*, tren tentang gaya hidup, hingga liputan mengenai peristiwa serta acara terkait mengenai gaya hidup dan *fashion celebrity*. Dengan itu praktikan melakukan kerja profesi di MNC Channels, dalam program *Lifestyle & Fashion*. Praktikan bertugas sebagai *creative* untuk program *Daily Lifestyle*. Berperan sebagai *creative* untuk program *Daily Lifestyle*, praktikan bertanggung jawab dalam menentukan dan menghasilkan sebuah konten yang menarik serta relevan untuk para pemirsa. Praktikan bertugas untuk memikirkan dan mencari ide konsep untuk program, penulisan naskah – naskah untuk program *Daily lifestyle*, mengikuti kegiatan *tapping host*, mengikuti kegiatan liputan, membuat *time code* dan lain lain. Peran praktikan sebagai *team creative* untuk program *Daily Lifestyle* mempunyai dampak yang cukup besar terhadap daya tarik dan kualitas program tersebut. Praktikan harus terus menampilkan karya – karya yang kreatif dan berinovatif untuk menciptakan konten yang pastinya relevan dengan tren – tren serta kebutuhan gaya hidup saat ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Mempelajari pekerjaan sebagai *team creative* di perusahaan media, khususnya media massa televisi berbayar MNC Channel.

Menambah wawasan dan keterampilan ketika berinovasi di dalam dunia pekerjaan terkait bagaimana cara kerja *team creative* di perusahaan media massa televisi berbayar MNC Channel.

Menerapkan teori – teori mata kuliah yang sudah didapat ke dalam dunia pekerjaan, khususnya pada *team creative* di perusahaan media massa televisi berbayar MNC Channel.

Dapat melatih diri untuk meningkatkan kualitas diri serta meningkatkan kepercayaan diri dan melatih dalam berpikir untuk mendapatkan ide suatu program.

Mampu membangun koneksi yang *professional* serta dapat menjelajahi karir secara potensial di media televisi berbayar *MNC Channels*.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Mendapatkan pengetahuan dan keterampilan bagaimana bekerja menjadi *team Creative* di media massa televisi berbayar *MNC Channel*.

Mendapatkan wawasan baru ketika mencari ide untuk suatu program yang akan dijalankan oleh *team creative* pada media massa televisi berbayar *MNC Channels*.

Mendapatkan pengalaman praktik kerja secara langsung dengan teori yang sudah didapat di kelas untuk kegiatan *team creative* pada media massa televisi berbayar *MNC Channels*. Mampu mendapatkan pengetahuan di Industri media televisi sebagai *team creative* di *MNC Channels*. Mampu mengasah kemampuan berkomunikasi di televisi berbayar *MNC Channels* sebagai *team creative*.

1.3 Tempat Kerja Profesi

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

Alamat : MNC Studios Tower II Lantai 4, JL. Raya Perjuangan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, DKI Jakarta.

MNC Channels merupakan bagian dari *MNC Digital Indonesia* yang merupakan anak perusahaan *MNCTV*, *GTV*, *RCTI*. *MNC Channels* merupakan kelompok saluran televisi berbayar dari perusahaan *MNC Group*. *MNC Channels* berdiri pertama kali pada tahun 2006 di tanggal 1 Maret. Letak kantor *MNC Channels* sendiri berada di *MNC Studios* Kebon Jeruk *Tower II*. *MNC* sendiri memiliki III tower di Kebon Jeruk, *Tower I* sebagai pusat *RCTI*, *Tower II* sebagai Pusat *MNCTV*, *Tower III* sebagai

pusat GTV. Namun di dalam kantor tersebut memiliki *studios* dan ruang kerja masing – masing setiap program televisi.

Alasan praktikan memilih MNC *Channels* sebagai Kerja Profesinya adalah MNC *Group* terutama MNC *Channels* merupakan sebuah perusahaan media massa televisi yang terkenal di Indonesia. Alasan Praktikan memilih menjadi *team creative* adalah ingin mengetahui bagaimana dan apa saja kegiatan yang dilaksanakan oleh *team creative* di sebuah media televisi, praktikan ingin mengetahui bagaimana cara membentuk sebuah ide dan konsep hingga ide tersebut bisa tereksekusi dengan baik dan diterima oleh *public*, ingin mempraktikkan pengalaman yang sudah dipelajari pada masa perkuliahan serta ingin menambah pengetahuan dan keterampilan ketika berpikir kreatif untuk media massa televisi.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

| NO | Kegiatan | Mei | Juni | Juli | Agustus | September |
|----|--|-----|------|------|---------|-----------|
| 1. | Mengupdate CV, Portofolio | | | | | |
| 2. | Mencari Lowongan Magang di Aplikasi dan Internet | | | | | |
| 3. | Mengirim Lamaran ke beberapa perusahaan media seperti SCTV dan MNCTV | | | | | |
| 4. | Mengikuti Interview di | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| | Perusahaan Thsirt Bar | | | | | |
| 5. | Mengikuti Interview di Moji TV | | | | | |
| 6. | Mengikuti Interview di MNC Channels | | | | | |
| 7. | Mengirim CV dan Portofolio ke MNC Channels | | | | | |
| 8. | Membuat dan Mengirim Surat Pengantar dari Universitas untuk MNC Channels | | | | | |
| 9. | Mengumpulka n dokumen/ berkas magang ke pihak HRD PT. MNC Channels | | | | | |
| 10. | Melaksanaka n Kerja profesi | | | | | |
| 11. | Pelaksanaan Bimbingan KP | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---------------------------------|--|--|--|--|--|
| 12. | Penulisan laporan kerja profesi | | | | | |
|-----|---------------------------------|--|--|--|--|--|

Table 1.1 Pelaksanaan Kerja Profesi

Sumber Dokumen Pribadi Praktikan

Ketika pelaksanaan Kerja Profesi di Program Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, terdapat beberapa ketentuan durasi waktu ketika melaksanakan magang yaitu selama 3 bulan atau setara dengan 400 jam kerja. Praktikan akan melakukan Kerja Profesi mulai dari 19 Juni 2023 hingga 19 September 2023.

Mencari Kerja Profesi merupakan suatu pengalaman yang memungkinkan seseorang untuk menjelajahi dunia profesional dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari di lingkungan kerja nyata. Salah satu pengalaman paling menarik selama proses mencari Kerja Profesi praktikan adalah ketika praktikan berhasil mendapatkan kesempatan untuk bergabung dengan perusahaan MNC *Channels* yang sangat inovatif dan terkemuka di industri media televisi.

Proses wawancara yang dilakukan praktikan dan seleksi memungkinkan praktikan untuk berbicara langsung seputar pengalaman organisasi atau tugas – tugas , memahami lebih dalam tentang industri televisi, dan merasakan antusiasme bekerja di dunia televisi. Ini tidak hanya meningkatkan motivasi praktikan untuk terlibat dalam industri televisi, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana lingkungan kerja di industri televisi sebenarnya.

Lalu, praktikan mengirim CV dan Portofolio kepada beberapa perusahaan yang ingin dituju seperti SCTV, MOJI TV, ThistBar, MNC *Channels*. Perusahaan tersebut kebetulan sedang membuka lowongan magang, MOJI TV membuka lowongan magang sebagai media sosial *specialist*, TshirtBar membuka lowongan magang menjadi *content creator*, MNC *Channels* membuka lowongan sebagai *team creative*