

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Media planner merupakan unsur yang sangat penting di dalam industri media, karena dengan adanya media planner dapat mengkomunikasikan pesan kepada audiens secara cepat dan tepat. Seiring dengan perkembangan zaman media planner telah menjadi bagian dari rencana pemasaran dan elemen-elemen penting lainnya (Universitas Merdeka Malang, 2020). Dalam agensi periklanan, peran media planner adalah menentukan media mana yang paling cocok untuk penayangan iklan. Perkembangan media digital dan teknologi komunikasi dapat meningkatkan peluang bagi industry periklanan untuk memanfaatkan media untuk pemasaran dan periklanan.

Seorang media planner harus memahami banyak hal tentang media, tidak hanya tentang penggunaan media tetapi juga bagaimana media dapat membantu rencana pemasaran secara keseluruhan. Para planner juga harus memahami kehidupan target audiens untuk memilih media yang tepat untuk iklan yang cepat, para planner harus memahami bagaimana kehidupan target audiens berjalan. (Firmansyah, 2023). Sebagai seorang media planner harus bisa merancang rencana yang dapat mengantarkan pesan ke audiens dengan efektif dan efisien. Dalam memilih media, seorang media planner harus memikirkan karakteristik dan target dari audiens, sehingga iklan yang sudah direncanakan dapat disampaikan kepada audiens yang tepat (Firmansyah, 2023). Peran media planner dalam industri media sangat penting karena dengan adanya media planner dapat mengkomunikasikan pesan kepada audiens secara cepat dan tepat.

Tugas dari seorang media planner adalah mengumpulkan data, dan menganalisis berbagai media, dan seorang media planner harus memiliki kemampuan analisis dan ketelitian yang baik. Media planner adalah orang yang di balik penyusunan strategi penempatan iklan yang disesuaikan dengan keinginan audiens. Mereka harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang fungsi berbagai media iklan, mulai dari media tradisional seperti poster, koran, brosur, dan lainnya hingga media iklan digital. Keluasan pengetahuan dan strategi ini memungkinkan perencanaan media memiliki beragam referensi untuk penempatan

iklan di masa depan. Kehadiran seorang media planner sangat penting dalam memaksimalkan distribusi konten iklan untuk menjangkau target pasar yang diinginkan

Posisi media planner pada channel GTV Pay yaitu membuat strategi penayangan promo setiap programnya, karena setiap promo mempunyai prioritas mana yang heavy (program baru) yang harus dipromosikan dan gencar untuk dipromosikan, atau melakukan perencanaan promo jadwal iklan di GTV Pay. Selama perkuliahan praktikan mempelajari sehingga hak Praktikan mempelajari kursus hubungan masyarakat online, yang menjelaskan bahwa media hubungan masyarakat adalah segala jenis saluran yang digunakan oleh professional hubungan masyarakat untuk mempublikasi secara luas agar produk atau layanan yang mereka jual agar masyarakat lebih menyadarinya. Beberapa contoh media kehumasan adalah media cetak (misal surat kabar, majalah, dan jurnal in house), media elektronik (misalnya radio dan televisi), dan media online (misalnya website dan workshop, dan media luar ruang atau outdoor seperti sepanduk, dan poster)

Praktikan memakai media elektronik atau broadcasting yaitu televisi untuk mempublikasi atau mejadwalkan promo iklan dari GTV Pay. Dan pada pelajaran produksi media hubungan masyarakat terdapat pelajaran mengenai media planning terhadap suatu media, pada pelajaran produksi media humas belajar mengenai penjadwalan untuk mengupload sebuah iklan di media sosial. Tetapi di divis Media Planner yang praktikan kerjakan yaitu praktikan menentukan penjadwalan iklan melalui media televisi. Dalam bidang media planner pada Public Relations dan Broadcasting terdapat perbedaan, di dalam Broadcasting berbicara tentang penjadwalan iklan program, dan sedangkan media planner pada Public Relations membicarakan tentang penjadwalan iklan produk atau brand.

Tujuan dan keberhasilan sebagai seorang media planner adalah mereka yang berhasil meningkatkan *brand awareness* sebuah iklan yang sudah mereka plan secara matang-matang. Sebagai upaya untuk mencapai tujuan dan keberhasilan tersebut tentunya perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang di milikinya. Maka dari itu cara untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di dalam sebuah perusahaan yaitu dengan memilih karyawan yang memiliki kinerja yang baik, serta memiliki pengalaman didalam bidang profesinya (Praiwi, 2022). Pengalaman kerja menjadi hal yang sangat penting dalam membangun karir dan membentuk suatu karakter

seorang dalam pengalaman di dunia industri. Sebagai fresh graduate yang tidak memiliki pengalaman bekerja kemungkinan akan sulit untuk mencari pekerjaan, karena mayoritas dari setiap perusahaan yaitu seringkali memiliki syarat- syarat tertentu untuk bisa bergabung di dalam perusahaan yang akan dilamar, terlebih pada bidang yang ingin di lamar biasanya harus memiliki pengalaman berkerja minimal satu tahun. Hal tersebut menjadikan fresh graduate mengalami kesulitan kerja, karena mereka hanya fokus pada jejang perkuliahan dan sulit untuk membagi waktu anantara kuliah dan mencari pengalaman pekerjaan.

Kesempatan dalam melakukan kerja profesi dapat melatih mahasiswa untuk meningkatkan soft skills sehingga mahasiswa dapat berfikir kritis dan mampu bekerja sama dengan tim untuk mengembangkan ide-ide yang kreatif. Tentunya lulusan yang sudah memiliki pengalaman kerja telah memiliki *soft skill* dan *hard skill* dalam dunia kerja. Untuk menjawab pertanyaan tersebut seabagi perguruan tinggi swasta, Universitas Pembangunan Jaya memiliki program studi yang bernama Kerja Profesi, program ini mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan program kerja profesi pada bidang divisi yang sesuai dengan bidang prodi yang mahasiswa ambil. Mata kuliah ini memiliki bobot 3 (tiga) sks dan diselesaikan setidaknya 400 jam, dengan paling banyak 8 jam kerja perhari.

Praktikan bahwa program Kerja Profesi telah dilaksanakan oleh perusahaan swasta yang bergerak dalam menyediakan konten untuk saluran dalam industri televisi berbayar di Indonesia yang bernama MNC Channel. MNC Chnnel berdiri pada tanggal 1 Maret 2006 yang menyediakan siaran berita, informasi, dan hiburan selama 24 jam. Dalam usaha menyajikan program televisi yang terbaik, MNC Channels berkomitmen untuk menjadi pilihan utama keluarga dalam menyajikan tayangan televisi yang universal dan berkualitas, yang menarik dan memberikan manfaat. Pada perusahaan MNC Channels, praktikan bertugas sebagai Media Planner GTV Pay selama lebih dari 3 bulan. Tugas yang dilakukan oleh praktikan sebagai Media Planner yaitu praktikan bertanggung jawab penuh untuk menentukan penjadwalan iklan di GTV Pay, dan melakukan tugas seperti replace, insert, dan drop program iklan. Selain itu, praktikan juga di berikan tugas tambahan yaitu untuk pengecekan promo iklan ke MCR dan pengecekan host id iklan baru.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mempelajari secara langsung dunia kerja terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi
2. Mempelajari pekerjaan media planner, mulai dari menentukan target audiens dan menentukan jadwal iklan
3. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam penjadwalan iklan pada channel GTV Pay
4. Meningkatkan pengetahuan tentang aturan perusahaan terhadap media planner
5. Meningkatkan kreativitas, soft skills, hard skills.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman bekerja secara langsung dalam perusahaan media televisi pada bidang media planner
2. Mendapatkan wawasan dalam menentukan target audiens dan menempatkan penjadwalan iklan pada stasiun televisi
3. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam penjadwalan iklan pada perusahaan
4. Memperoleh kemampuan dalam merencanakan penjadwalan iklan dengan baik
5. Memperoleh pengetahuan tentang Media Planner di perusahaan media televisi.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Kerja Profesi ini dilakukan di MNC Channels Tower II Lantai 4 yang berlokasi di Jl. Raya Perjuangan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Jakarta 11530, Indonesia. MNC Channels adalah kelompok saluran televisi berbayar di Indonesia, jadi jika ingin menonton saluran dari MNC Channels, bisa melakukannya melalui platform seperti MNC Vision, K-Vision, MNC play, Playbox, dan Vision+ Apps. Disana dapat melihat semua jenis saluran televisi seperti Vision Prime, Life Channel, Muslim TV, MNC News, OKTV, Music TV, Entertainment, Kids TV, Lifestyle & Fashion, Infotainment, MNC Sports, Besmart, dan Soccer Channel. MNC Channels akan selalu menjadi pilihan utama bagi keluarga yang mencari tayangan TV yang bermanfaat dan menghibur.

Alasan praktikan memilih melaksanakan kerja profesi di MNC Channels pada bagian media planner GTV Pay dikarenakan praktikan memiliki ketertarikan

untuk mempelajari cara membuat strategi perencanaan saluran iklan di televisi. Praktikan berkerja yaitu membantu membuat perencanaan iklan di GTV Pay, selain itu pratikan juga membantu untuk mengecek promo iklan di Master Control Room (MCR). Pratikan setiap harinya mengerjakan planner channel GTV Pay satu atau dua hari kedepan, dan untuk pengecekan promo iklan di MCR, pratikan hanya melakukan pengecekan dua atau tiga kali dalam satu sebulan. Menurut data Nielsen MNC Group memiliki pangsa pemirsa (audience share) tertinggi di bandingkan dengan grup televisi swasta yaitu sebesar 44,8% pada tahun 2021, dan MNC merupakan perusahaan terbesar se-Asia (Pahlevi, 2022) . Maka dari itu dengan pratikan bergabung di perusahaan MNC Channels, pratikan berharap dapat mengetahui proses kerja yang sesungguhnya pada stasiun televisi.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Table : 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																															
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September				Oktober							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Proses pembuatan CV dan Portofolio				■																												
2	Melaksanakan Bimbingan KP								■								■												■				
3	Mencari Lowongan Tempat KP				■	■	■	■																									
4	Berusaha mencari kenalan untuk tempat kerja profesi								■																								
5	Mengirim CV ke MNC Channels								■																								
6	Mendapatkan panggilan interview								■																								
7	Melakukan interview di MNC Channels								■																								
8	Diterima di MNC Channels Sebagai Media Planner								■																								
9	Melengkapi dokumen Kerja Profesi								■	■	■	■	■																				
10	Pelaksanaan Kerja Profesi di MNC Channels								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
11	Penyusunan laporan kerja profesi								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
12	Pengumpulan laporan Kera Profesi								■																					■			

Jadwal pelaksanaan Kerja profesi (KP) dilakukan mulai dari tanggal 5 Juni 2023 - 19 September 2023 dengan total jam 400 Jam lebih atau dilakukan selama lebih dari tiga bulan. Kegiatan kerja profesi dilaksanakan dari hari Senin sampai Jumat pada pukul 09:30 WIB sampai pukul 17:30 WIB.

Pada persiapan kerja profesi terdapat beberapa tahap yang praktikan lewati. Tahap pertama yang dilakukan oleh pratikan adalah pada minggu ke empat di bulan April 2023 praktikan menyiapkan semua dokumen yang diperlukan untuk melamar pekerjaan di beberapa perusahaan yang dimaksud, termasuk Cover Letter dan Curriculum Vitae (CV). Setelah praktikan menyiapkan seluruh dokumen,

praktikan mencari lowongan pekerjaan melalui situs website maupun sosial media. Praktikan mengirim CV ke beberapa perusahaan seperti Kominfo, Flip, PT Adhi Karya, dan perusahaan lainnya, namun tidak ada panggilan dari perusahaan yang telah pratikan lamar. Sehingga pratikan berusaha untuk mencari kenalan untuk tempat kerja profesi, pratikan bertemu dengan kakak tingkat yang mempunyai kenalan di MNC Channel di bagian GTV Pay.

Pada minggu ke tiga bulan Mei 2023 praktikan mengirim CV ke MNC Channels. Setelah menunggu beberapa waktu akhirnya praktikan mendapatkan panggilan interview di perusahaan MNC Channels. Setelah praktikan sudah melakukan interview di MNC Channels, praktikan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing membahas terkait dengan divisi yang telah praktikan lamar di MNC Channel.

Setelah menunggu beberapa hari pratikan mendapatkan chat whatsapp yang menyatakan bahwa pratikan di terima untuk melaksanakan kerja profesi diposisi pratikan lamar yaitu Media Planner di department Promo Off Air and Online Media pada channel GTV Pay. Dan pada minggu pertama bulan Juni 2023 praktikan langsung melengkapi formular untuk mengajukan formulir pengajuan kerja profesi kepada Program Studi Ilmu Komunikasi dan melengkapi surat-surat terkait yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan kerja profesi.

Dengan itu, pada minggu pertama bulan Juni 2023 pada tanggal 05 Juni 2023 - 19 September 2023 pratikan sudah mulai melaksanakan Kerja Profesi di posisi Media Planner GTV Pay. Praktikkan mendapatkan jadwal mulai dari hari Senin hingga Jumat dengan system Full Work From Office (WFO). Untuk jam kerja yang didapat oleh praktikan yaitu dari pukul 09:30- 17:30 WIB, tetapi jam kerja tersebut bisa berubah apabila praktikan mendapatkan tugas yang banyak dan di harusnya untuk lembur. Sebelum memulai kerja sebagai Media Planner di GTV Pay, pratikan terlebih dahulu diajarkan mengenai membuat strategi perencanaan promo iklan di GTV Pay kurang lebih satu minggu. Dimana kerja profesi ini dilakukan sesuai dengan yang ditentukan Universitas Pembangunan Jaya yaitu 400 jam Kerja. Bersama dengan menjalankan kerja profesi, praktikan juga menyusun laporan kerja profesi mulai dari bab I hingga bab IV serta pratikan melakukan proses bimbingan bersama dengan Dosen pembimbing.