

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pada zaman sekarang dimana generasi penerusnya adalah generasi milenial yang telah mengalami perubahan dari zaman sebelumnya seperti cara berfikir, belajar, gaya hidup (*lifestyle*) dan tentunya pekerjaan saat ini dan dulu juga berbeda. Perkembangan teknologi saat ini telah berkembang dengan cepat dan pesat dengan adanya perubahan zaman ini membuat semuanya menjadi mudah dan praktis untuk dilakukannya dan perlu keahlian yang cukup profesional bagi sumber daya manusia agar bisa memproduksi pekerjaan tersebut.

Pada saat ini mahasiswa lah yang harus cepat beradaptasi dengan sebuah teknologi yang sangat canggih ini, dengan cepat beradaptasi maka keterampilan serta pengetahuan yang dimiliki bisa memudahkan kita dalam mencari pekerjaan di masa yang akan datang, dikarenakan tuntutan sebuah persaingan industri global saat ini yang semakin ketat dan membuat keterampilan mahasiswa harus meningkat terus. Salah satu faktor yang mendukung peningkatan keterampilan, penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjalankan Praktek Kerja Profesi pada sebuah perusahaan.

Kemampuan dan keahlian kita sebagai mahasiswa harus profesional dalam mempelajari industri ke depannya melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Ilmu pengetahuan dan wawasan ini bisa kita dapatkan selama perkuliahan, Jika ingin mendapatkan pengalaman *soft skill* dan *hard skill* yang lebih maka kita harus melakukan penerapan ilmu pengetahuan langsung melalui Kerja Profesi. Pada pelaksanaan Kerja profesi saat ini praktikan masuk pada departemen Promotion divisi media planner.

Perencanaan media merupakan bagian penting dalam industri media karena dapat menyampaikan pesan kepada khalayak dengan cepat dan tepat. Dengan seiringnya waktu perencana media telah berkembang dan menjadi suatu bagian yang cukup penting dari perencana media, bersamaan dengan komponen-komponen yang

lainnya. Dalam melakukan kerja profesi ini praktikan telah menghabiskan waktu selama 400 jam, dan praktikan melakukan kerja profesi di Perusahaan MNC Chanel pada divisi perencanaan media. Selama melakukan kerja profesi praktikan banyak belajar mengenai perencanaan media pada saluran televisi RCTI-Pay. Perencana media telah menjadi peran penting di masa yang akan datang karena membuat suatu strategi iklan untuk barang, jasa, film, kartun kepada para konsumen atau audiens dengan merencanakan media dan memastikan bahwa iklan tersebut dapat diterima dengan baik. Dalam melakukan perencanaan pemasangan iklan harus dilakukan secara efektif dan efisien sesuai dengan konsep. Sebagai seorang perencana media harus bisa menganalisis media promosi yang paling sering digunakan oleh target pasarnya serta media yang telah dipercaya.

Media adalah suatu alat komunikasi dan sebuah wadah dalam membawasebuah informasi atau pesan yang terjadi antara sumber pesan dengan penerima informasi. Media sendiri memiliki peran penting dalam proses belajar mengajar, karena siswa sedemikian rupa sehingga terjadi sebuah proses belajar. Media merupakan suatu proses belajar dari informasi visual maupun verbal yang perlu ditangkap, diproses dan disusun agar lebih mudah untuk dipahami dan juga dibutuhkan suatu alat baik berupa grafis maupun elektronik ini yang biasa disebut sebagai media.

Media massa sebuah alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan kepada khalayak. Menurut Mcquail (2000) media massa adalah sebuah karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapapun yang muncul, sedangkan menurut Wilbur Lang Schram media massa adalah suatu kelompok kerja yang terorganisasi di sekitar beberapa perangkat untuk mengedarkan pesan atau informasi yang sama di waktu yang sama ke sejumlah orang besar. Media massa juga memiliki karakteristik tersendiri. Karakteristik ini membuat kita lebih memahami golongan – golongan media massa. Menurut Cangara (2018) karakteristik media massa yang pertama harus bersifat melembaga karena mengelola media dari banyak orang dari pengumpulan, pengelolaan serta penyajian sebuah informasi agar tidak terjadi kesalahan. Kedua memiliki sifat satu arah karena komunikasi yang

dilakukan hanya antara pengirim dan penerima tidak secara dua arah, jika terjadi umpan balik dari khalayak membutuhkan waktu yang cukup lama. Ketiga bersifat meluas dan serempak yang artinya informasi atau pesan dapat tersebar dengan cepat walaupun terkendala di waktu dan jarak, sebab media massa memiliki kecepatan dan bergerak secara luas. Sehingga informasi atau pesan yang diterima oleh khalayak luas pada saat yang sama. Keempat memiliki sifat terbuka yang artinya siapapun dapat menerima informasi atau pesan tersebut, tanpa mengenal usia, jenis kelamin, suku dan bangsa. Kelima menggunakan peralatan teknis untuk proses penyebaran pesan atau informasi membutuhkan peralatan teknis seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan lainnya. Selain memiliki karakteristik, media massa memiliki fungsi dan peran tersendiri. Seperti yang kita ketahui media massa memberikan sebuah efek yang cukup besar kepada khalayak luas melalui pesan – pesan informasi yang disampaikan kepada khalayak. Menurut Haris (2008) dalam manajemen media massa, fungsi dari media massa itu menyiarkan sebuah informasi, untuk mendidik melalui artikel yang ditulis untuk wawasan khalayak, memiliki fungsi untuk menghibur, fungsi memengaruhi khalayak biasanya pada bagian iklan agar dapat mempengaruhi khalayak terhadap produk yang mereka jual, yang terakhir fungsi kontrol sosial dimana media massa dalam pers adalah pilar demokrasi ke empat setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif. Karena pers akan menjadi pengawas serta memberikan koreksi, kritik maupun teguran sewaktu – waktu melihat dari penyimpangan dan ketidakadilan dalam suatu masyarakat atau negara. Dalam hal ini pers harus bersikap independen, menjaga jarak terhadap suatu kelompok dan organisasi.

Media Planning adalah sebuah proses dalam melakukan pemasaran untuk menentukan di mana, kapan dan intensitas mereka dalam melakukan pengiklanan agar bisa mengoptimalkan merek dan *Return On Investment (ROI)*. Perencana media secara umum adalah *media planner* dalam suatu perusahaan pengiklanan. Divisi *media planner* nantinya akan melakukan kolaborasi dengan Pembeli media atau *media buyers* dan perusahaan klien untuk mengembangkan strategi serta dapat mengoptimalkan *ROI*.

Praktikan bekerja sebagai media planner pada perusahaan MNC Channel dengan memegang saluran televisi RCTI pay. Praktikan melakukan perencanaan media yaitu melakukan proses dalam penyusunan, perencanaan dari suatu program acara agar tepat pada sasaran khalayak waktu dan tempat dalam penjadwalan waktu.

FTA atau yang kita kenal adalah *free to air* atau bebas mengudara pada stasiun televisi yang disiarkan diseluruh dunia dengan dienkripsi untuk memblokir penerimaan. FTA ini berbeda dengan stasiun udara lokal untuk menyiarkan ke seluruh dunia dan tidak hanya lokal. FTA merupakan suatu siaran televisi dari stasiun televisi yang salurannya dapat dilihat jika berlangganan atau mengeluarkan biaya. Televisi berbayar biasanya merujuk kepada sebuah siaran terrestrial yang dimana sinyal televisi ini hanya di tangkap oleh antenna parabola. Penangkapan siaran ini melalui antenna terrestrial di daerah yang memiliki stasiun pemancar siaran dan ini juga termasuk dengan antena UHF dan VHF untuk televisi. Sementara antena parabola digunakan untuk menangkap siaran televisi satelit, alat ini dapat menangkap sinyal langsung melalui satelit tanpa diarahkan kepada stasiun pemancar. Televisi Bebas mengudara atau *free-to air* (FTA) dari PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) telah memperoleh peringkat 1 dan mendominasi 20 besar tayangan di tanah air.

Pada pelaksanaan Kerja profesi saat ini praktikan masuk pada departemen Promosi divisi perencanaan media. Dimana media planner pada perusahaan MNC Channels adalah suatu bagian yang cukup penting bagi suatu media televisi, media plan memiliki tanggung jawab atas promo penayang dari sebuah program. Praktikan diberikan tanggung jawab untuk memegang saluran televisi yaitu RCTI Pay, selain itu praktikan juga diberi tanggung jawab terhadap memorandum dari penayangan promo yang akan tayang hingga masa tayang habis. Sebelum melakukan pengecekan pada memorandum praktikan harus teliti dalam melihat serta mengecek akan nomor identitas atau *host id* serta melihat materi *promo on air* dari program promo penayangan apakah ada kecacatan atau tidak, untuk melakukan planner RCTI pay praktikan harus lebih teliti dalam mengecek CB (*camera box*) yang diminta oleh tim pemrograman agar sesuai dengan durasi yang telah di minta, untuk mengerjakan perencanaan media RCTI kita harus memasukan semua promo regular dari berbagai

saluran, kecuali promo special yang hanya memiliki beberapa spot dan untuk saluran televisi *life channel* memiliki perencanaan tersendiri di saluran RCTI pay.

RCTI telah ada di Indonesia sejak tahun 90-an dan hingga kini RCTI dapat dinikmati oleh receiver digital ataupun parabola. Sejak Februari tahun 2018 RCTI telah mengubah kualitas mpeg H264 artinya akan menampilkan gambar atau video yang lebih bersih dan berkualitas. Sejak Januari 2022, televisi jaringan MNCgroup yang terdapat didalamnya seperti RCTI, GTV, dan MNC TV menjadi televisi yang berbayar dan tidak menjadi saluran televisi yang gratis, maka dari itu saluran RCTI, GTV, dan MNC TV menjadi siaran acak dan alias diacak ataupun gelap jika tidak menggunakan layanan televisi berbayar.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Media Planner RCTI Pay

Kerja Profesi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menyalurkan serta memperluas wawasan keahlian baik secara *hardskill* maupun *softskill*.

1. Menambah Pengetahuan baru pada bidang Media Planner.
2. Mengasah kemampuan, wawasan, pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki oleh praktikan.
3. Mempelajari beberapa program chanel FTA pay serta promo konten yang special atau pun tidak.
4. Mempelajari perencanaan promo konten dari chanel lain yang masuk ke perencanaan media RCTI-pay
5. Mempelajari bagaimana bidang kerja seorang tim media planner dalam stasiun televisi

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan Kerja Profesi pada kali ini bertujuan untuk pembelajaran secara langsung dilapangan agar mahasiswa dapat merasakan Ketika kerja dibawah tekanan dan terkadang tidak semua ilmu yang diberikan duduk di bangku perkuliahan bisa didapat

Ketika kerja secara langsung.

Adapun tujuan pelaksanaan Kerja Profesi sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebagai media planner pada perusahaan MNC Channel
2. Mengaplikasikan ilmu yang telah kita dapatkan selama kuliah ditempat kerja.
3. Memperoleh ilmu promo & bumper spesial terkait program di channel FTA Pay dengan baik.
4. Memperoleh ilmu promo plan dari channel lain seperti *life channel* yang harus ada pada perencanaan media RCTI-pay.
5. Memperoleh pengalaman kerja sebagai perencanaan media padaperusahaan MNC Channel.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat praktikan melaksanakan kerja profesi yaitu MNC CHANNELS yang bertempat di MNC STUDIOS Tower II Lantai 4, Jl. Raya Perjuangan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Indonesia. MNC Channels merupakan sebuah kelompok saluran televisi dari MNC, kemudian untuk saluran – saluran MNC Channels dapat dilihat melalui platform MNC Vision, MNC Play, K-Vision dan siaran daring dari Vision+. (sumber: MNC Vision Networks.com)

Alasan Praktikan memilih tempat kerja profesi di MNC Channels karena memiliki fasilitas yang mencukupi kebutuhan dalam membuat perencanaan, bernegosiasi dan memastikan sebuah konten – konten yang akan ditayangkan pada saluran televisi FTA pay, dengan melakukan Kerja Profesi di MNC Channels ini praktikan berharap dapat meningkatkan kemampuan dan mengembangkan ide – ide secara kreatif di kemudian hari.

Praktikan bekerja sebagai perencana media yang membantu membuat perencanaan promo iklan pada saluran televisi RCTI pay, selain itu praktikan juga membantu dalam membuat tabel memorandum itu melihat materi kontenpromo yang akan ditayangkan, kemudian praktikan juga mengecek tanggal dan jam tayangnya hingga masa tayang itu berlaku. Praktikan setiap harinya melakukan perencanaan media pada stasiun televisi RCTI dan sehari mengerjakan planner untuk 2 (dua) hari ke depan, kemudian praktikan akan mengerjakan mengganti ulang nomor identitas pada suatu program (*replace*), membuang nomor identitas yang sudah tidak digunakan

pada penayangan (*drop id*), dan memasukkan nomor identitas yang akan ditayangkan (*insert id*). Untuk RCTI pay terdapat beberapa aturan yang berbeda pada saluran televisiFTA pay lainnya seperti GTV & MNCTV pay. Terdapat beberapa promo yang memiliki plan tersendiri untuk saluran televisi RCTI, seperti Vision Prime memiliki jam tayang utama (*prime time*) untuk salah satu programnya, dan beberapa promosi iklan yang berada di saluran televisi GTV & MNCTV pay tetapi tidak ada di saluran televisi RCTI pay.

Dengan praktikan bergabung dengan perusahaan MNC Channels. Praktikan berharap bisa mengetahui lebih terkait proses kerja yang sesungguhnya pada stasiun televisi. Cakupan perusahaan yang cukup besar serta jenjang karir yang cukup menjanjikan, dimana perusahaan MNC merupakan perusahaan media terbesar se-Asia Tenggara dan masih berada dalam naungan MNC Group. MNC Media memiliki beberapa unit bisnis salah satunya MNC Channels yang bergerak sebagai konten siaran gambar dalam industri televisi yang berbayar di Indonesia. MNC Channels bisa dilihat melalui platform indovision dan dengan upaya mempersembahkan tayangan yang universal dan terbaik kepada khalayak.

6.	Mengirimkan soft file cv, surat pengantar kerja ke mnc channels																												
7.	Pelaksanaan KP																												
8.	Pembuatan Laporan KP																												
9.	Melengkapi dokumen KP dari upj																												

Pelaksanaan praktek kerja profesi di Universitas Pembangunan Jaya pada Program studi Ilmu Komunikasi dan minor Public Relation mengharuskan mahasiswa/i untuk melakukan kerja profesi dengan durasi waktu 400 jam atau 3 bulan. Praktikan melakukan kerja profesi pada perusahaan MNC Channels pada tanggal 05 Juni 2023 sampai dengan 01 September 2023 yang merupakan gelombang tahap 1 dan sesuai dengan waktu yang telah diberikan oleh UniversitasPembangunan Jaya.

Sebelum memulai kerja profesi pada perusahaan MNC Channels praktikan telah melakukan persiapan dari Awal bulan April untuk menyiapkan CV, Portofolio, dan resume untuk dikirim ke email perusahaan yang membuka lowongan magang selama menunggu panggilan wawancara praktikan juga mencari melalui linked in, jobstreet dan media sosial seperti Instagram, twitter dan mengirim cv melalui email kembali ke beberapa perusahaan.

Pada akhir bulan April praktikan mendapatkan panggilan dari HRD MNC Channels untuk melakukan wawancara dan bertemu langsung dengan Kepala bagian perencanaan media langsung. Setelah melakukan wawancara di MNC Channels praktikan tidak perlu menunggu waktu lama karna besok harinya praktikan langsung

dihubungi kembali untuk melakukan magang serta disuruh menyiapkan berkas – berkas yang dibutuhkan untuk melakukan kerja profesi, sehingga praktikan mengajukan surat pengajuan kerja profesi ke Pihak Universitas Pembangunan Jaya untuk diserahkan kepada MNC Channels.

Praktikan mengajukan kerja profesi pada tanggal 05 juni 2023 – 25 Agustus 2023 agar sesuai dengan periode yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Pembangunan Jaya. Praktikan juga membahas kontrak kerja sama serta peraturan yang telah diterapkan pada divisi perencanaan media kemudian praktikan disuruh melihat serta diajarkan untuk membuat planner RCTI pay dan membuat memorandum dari materi promo on air, untuk sistem kerja Work From Office (WFO) dan terhitung sejak 05 Juni 2023 – 25 Agustus 2023 waktu kerja yang dijalani setiap hari Senin – Jumat pada pukul 09.30 – 18.00, jam kerja yang dapat berubah sewaktu – waktu karena adanya perubahan materi untuk penayangan.