



BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR

S/UBL/FIKOM/1200/VII/25

Pada hari ini, Rabu 23 Juli 2025 telah dilaksanakan Ujian Sidang Pendadaran Tugas Akhir sebagai berikut:

Judul: IMPLEMENTASI KERJA TIM GENERAL AFFAIR DALAM MENGELOLA ANGGARAN PRODUKSI PROGRAM DI MNC CHANNELS

Nama : Fadhil fabian Diwanata
NIM : 2071501221
Dosen Pembimbing : Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.

Berdasarkan penilaian pada Kemampuan Presentasi dan Menjawab, Penulisan, Isi Materi maka Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan:

LULUS

dengan nilai angka : **84** huruf : **A-**

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan tulisan Tugas Akhir dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Perbaikan Tugas Akhir, selambat-lambatnya Rabu 06 Agustus 2025.

Panitia Penguji:

- | | |
|-------------|-----------------------------------|
| 1 Ketua | Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si. |
| 2 Anggota | Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si. |
| 3 Moderator | Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom. |

Keterangan:

Nilai Huruf: A:85-100 A-:80-84,99 B+:75-79,99 B:70-74,99 B-:65-69,99 C:60-64,99 D:40-59,99 E-:0-39,99



UNIVERSITAS BUDI LUHUR
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF

Kartu Bimbingan Tugas Akhir

NIM: 2071501221

Nama: Fadhil fabian Diwanata

Pembimbing: Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.

No.	Tanggal	Materi
1	24-03-2025	Bimbingan BAB I
2	12-05-2025	Bimbingan BAB II
3	20-05-2025	Bimbingan BAB III
4	02-06-2025	Revisi BAB II dan BAB III
5	13-06-2025	Bimbingan BAB IV
6	24-06-2025	Revisi BAB IV
7	03-07-2025	Revisi BAB IV (Revisi Pembahasan: POAC)
8	05-07-2025	BIMBINGAN BAB IV, Pengesahan dan Lampiran



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fadhil fabian Diwanata
Nomor Induk Mahasiswa : 2071501221
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan : Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi : Strata 1
Judul : IMPLEMENTASI KERJA TIM GENERAL AFFAIR DALAM
MENGELOLA ANGGARAN PRODUKSI PROGRAM DI MNC
CHANNELS



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Rabu 23 Juli 2025

Tim Penguji:

Ketua : Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si.
Anggota : Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si.
Pembimbing : Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.
Ketua Program Studi : Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom.

**IMPLEMENTASI KERJA TIM *GENERAL AFFAIR* DALAM MENGELOLA
ANGGARAN PRODUKSI PROGRAM DI MNC CHANNELS**

LAPORAN MAGANG



Nama : Fadhil Fabian Diwanata
NIM : 2071501221
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcast Journalism

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2025**

**IMPLEMENTASI KERJA TIM *GENERAL AFFAIR* DALAM MENGELOLA
ANGGARAN PRODUKSI PROGRAM DI MNC CHANNELS**

LAPORAN MAGANG



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Nama : Fadhil Fabian Diwanata
NIM : 2071501221
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcast Journalism

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2025**



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fadhil fabian Diwanata
Nomor Induk Mahasiswa : 2071501221
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan : Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi : Strata 1
Judul : IMPLEMENTASI KERJA TIM GENERAL AFFAIR DALAM
MENGELOLA ANGGARAN PRODUKSI PROGRAM DI MNC
CHANNELS



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Rabu 23 Juli 2025

Tim Penguji:

Ketua : Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si.
Anggota : Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si.
Pembimbing : Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.
Ketua Program Studi : Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom.

ABSTRAK

Penulisan laporan magang ini bertujuan untuk mengkaji alur kerja tim *General Affair* (GA) dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels. Dalam konteks industri media yang dinamis, pengelolaan anggaran produksi menjadi kunci keberhasilan dalam menyelesaikan proyek – produk siaran dengan efisien dan efektif. Melalui metode penelitian dengan cara partisipasi dan observasi langsung, data – data terkait alur kerja tim GA dan pengelolaan anggaran produksi dikumpulkan. Hasil penulisan laporan magang ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai alur kerja tim GA dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels. Implikasi praktis dari penulisan laporan magang ini dapat membantu perusahaan media lainnya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan anggaran produksi program mereka. Selain itu, penulisan laporan magang ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian – penelitian selanjutnya terkait manajemen keuangan di industri media.

Kata Kunci : *General Affair*, Alur Kerja, Anggaran Produksi, MNC Channels

ABSTRACT

This study aims to examine the workflow of the General Affair (GA) team in managing the production budget of programs at MNC Channels. In the context of the dynamic media industry, effective production budget management is key to successfully completing broadcast projects efficiently and effectively. Using a qualitative approach through interviews and direct observation, data related to the GA team's workflow and production budget management were collected. The results of this study are expected to provide deeper insight into the GA team's workflow in managing program production budgets at MNC Channels. The practical implications of this research may assist other media companies in improving the efficiency and effectiveness of their own production budget management. Additionally, this study may serve as a foundation for future research related to financial management in the media industry.

Keywords: General Affair, Workflow, Production Budget, MNC Channels

DAFTAR ISI

Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Pengesahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
BAB 1 Pendahuluan.....	1
<u>1.1 Latar Belakang</u>	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	3
<u>1.3 Tujuan</u>	4
<u>1.4 Manfaat Magang</u>	4
BAB 2 Tinjauan Pustaka.....	5
<u>2.1 Kerangka Teoritis</u>	5
<u>2.1.1 Media Massa</u>	5
<u>2.1.2 Televisi</u>	6
<u>2.1.3 General Affair</u>	6
<u>2.1.4 Alur Kerja</u>	7
<u>2.1.5 Anggaran</u>	9
<u>2.1.6 Komunikasi Organisasi</u>	12
<u>2.1.7 Strategi Komunikasi</u>	13
<u>2.2 Kerangka Konseptual</u>	18
BAB 3 Metode Pengumpulan Data.....	20
<u>3.1 Deskripsi Tempat Magang</u>	20
<u>3.1.1 Sejarah MNC Group</u>	20
<u>3.1.2 MNC Channels</u>	21
<u>3.1.3 Visi & Misi</u>	22
<u>3.1.4 Program MNC Channels</u>	22
<u>3.1.5 Struktur Organisasi</u>	24
<u>3.2 Teknik Pengumpulan Data</u>	25
<u>3.3 Objek Magang dan Analisa Objek</u>	26
<u>3.3.1 General Affair</u>	26
<u>3.3.2 Program</u>	27
<u>3.4 Rencana Kegiatan</u>	28
BAB 4 Laporan dan Analisis	30
<u>4.1 Laporan Kegiatan</u>	30
<u>4.2 Pembahasan Topik Magang</u>	31

4.2.1	<u>Alur Kerja Tim General Affair</u>	31
4.2.2	<u>Strategi Komunikasi Tim General Affair</u>	32
4.2.3	<u>Hambatan</u>	33
4.2.4	<u>Solusi</u>	34
4.3	<u>Bukti Kegiatan Magang</u>	35
<u>BAB 5 Simpulan dan Rekomendasi</u>		38
5.1	<u>Simpulan</u>	38
5.2	<u>Rekomendasi</u>	38
<u>Daftar Pustaka</u>		40
<u>Lampiran</u>		41

Daftar Gambar

Daftar Gambar 1 Kerangka Konseptual	30
Daftar Gambar 2 Logo MNC Channels.....	34
Daftar Gambar 3 Struktur Organisasi.....	36
Daftar Gambar 4 Alur Kerja General Affair.....	44
Daftar Gambar 5 Bukti Magang.....	47
Daftar Gambar 6 Bukti Magang.....	47
Daftar Gambar 7 Bukti Magang.....	47
Daftar Gambar 8 Bukti Magang.....	48
Daftar Gambar 9 Bukti Magang.....	48

Daftar Tabel

Daftar Tabel 1.....	42
---------------------	----

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Morissan (2018) mengatakan Televisi adalah salah satu jenis media komunikasi massa yang menggabungkan audio dan visual. Pesan yang disampaikan melalui televisi seakan-akan dilakukan secara langsung dari pembicara, seperti presenter atau news anchor, kepada khalayak yang menyaksikan acara tersebut. Informasi yang disampaikan mudah dipahami karena suara yang jelas dan gambar yang terlihat dengan baik sehingga para audience nyaman dalam menerima informasi yang ada. Televisi menjadi pilihan utama bagi para pengiklan, yang juga dapat mendatangkan ketertarikan para pemasok dana untuk mengembangkan pertelevisian Indonesia. Saat ini, penonton layar kaca di Indonesia memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan banyak acara. Media televisi adalah industri yang memerlukan banyak modal, teknologi, dan tenaga kerja..

Dalam sebuah perusahaan televisi tentu saja tim produksi memiliki peranan yang sangat vital dalam kesuksesan perusahaan tersebut, mulai dari ide sampai tahap eksekusi ide tersebut merupakan tanggung jawab dan juga kinerja dari para tim produksi. Tetapi peran vital tersebut tidak hanya dipikul oleh tim produksi sendirian, peran tersebut dapat berjalan dengan baik dengan bantuan semua department yang ada dalam struktural organisasi termasuk department yang berfokus pada pekerjaan back office. Staff *back office* pada umumnya bertanggung jawab dalam mengurus segala macam laporan, pembukuan keuangan dan juga masalah administrasi, salah satu department yang dikategorikan sebagai *back office* adalah *Department General Affair*.

Dari (Nugroho & Indriyani, 2019) Salah satu tim yang berperan dalam produksi sebuah program adalah *General Affair* karena memiliki tanggung jawab yang besar dalam membantu berjalannya sebuah program. *General Affair* bisa dibilang sebagai bagian umum dari departemen dalam suatu perusahaan. Hampir setiap perusahaan lumrahnya memiliki departemen *General Affair* (GA) yang mendukung semua kegiatan operasional perusahaan. Fokus pekerjaan yang biasanya berada di bawah tanggung jawab *General Affair* adalah keamanan, layanan kebersihan, pengemudi, dan kurir.

Menurut Morissan (2018) Media adalah nama sistem komunikasi yang digunakan dalam studi komunikasi. Media biasanya dibagi menjadi dua kategori: media massa (misalnya, surat kabar, majalah, televisi, dan radio) dan media non-massa (misalnya, rapat dan seminar).

Irwan & Punamasari, J (2022) menyampaikan bahwa analisa koran dan tabloid juga menjelaskan segala informasi pada media. Juga, pada tulisan komunikasi tertua, dijelaskan bahwa bidang studi jurnalistik dan komunikasi massa dapat ditekankan pada sejarah, hukum, dan analisis media.

Media televisi adalah jenis media massa yang teratur, dan bersama radio serta film, termasuk dalam kategori media elektronik. Media elektronik adalah jenis media yang penyampaian pesannya sangat tergantung pada sumber energi listrik, yang berarti jika tidak ada listrik, pesan tidak dapat disampaikan.

Achmad (2014:65) sebagaimana yang dikutip oleh (Puspitasari & Danaya, 2022) mendefinisikan komunikasi sebagai proses transmisi dan pertukaran pesan. Pesan dapat berupa data, ide, perasaan, atau informasi yang berkaitan dengan orang lain. Dengan kata lain, komunikasi adalah tindakan berbagi informasi, pendapat, dan pemikiran dengan orang lain untuk mencapai pemahaman yang sama. Tindakan komunikasi bertujuan untuk mencapai makna yang sama dan sejalan dengan tujuan organisasi. Ini terkait dengan cara peristiwa komunikasi yang dipahami. Misalnya, apakah instruksi pemimpin telah dilaksanakan dengan baik, apakah kinerja karyawan benar, atau apakah mereka mencoba memberi tahu atasan tentang keluhan mereka, adalah contoh dari pemenuhan tujuan organisasi yang telah ditetapkan dengan komunikasi dan harapan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani yaitu "strategos", yang berarti "kepemimpinan militer", di mana "stratos" berarti tentara dan "ag" berarti memimpin. Ini merujuk pada tindakan yang dilakukan jenderal dalam merancang rencana untuk memenangkan pertempuran. Secara umum, strategi adalah pendekatan untuk meraih tujuan. Ini adalah rencana yang dirancang untuk jangka waktu panjang guna mencapai sasaran yang diinginkan. Strategi mencakup berbagai kegiatan penting yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Strategi adalah metode yang telah disiapkan dengan matang oleh seseorang atau sebuah kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya strategi, rencana dapat dilaksanakan dengan teratur dan terencana. Selain itu, memiliki strategi memungkinkan identifikasi kemungkinan lain dengan lebih cepat. Untuk menentukan strategi, komunikasi

sangat penting. Di samping itu, komunikasi berfungsi sebagai penggerak dalam proses sosial yang menjadikan manusia sebagai makhluk sosial dan memungkinkan interaksi antar individu.

Cangara Hafied (2021) pada bukunya menjelaskan strategi komunikasi adalah perencanaan, cara, dan desain yang digunakan untuk membuat proses komunikasi berjalan dengan baik, sehingga tujuan dapat tercapai. Tindakan ini dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan dan juga untuk menguraikan keadaan saat ini atau yang mungkin dihadapi di masa depan, supaya dapat mengurangi kemungkinan yang tidak sesuai dengan harapan perusahaan. Ini adalah sebuah desain yang dibuat untuk mempengaruhi perilaku manusia dalam skala lebih luas melalui penyebaran ide-ide baru.

Setiap individu memiliki kebutuhan serta ruang lingkup struktur yang disesuaikan dengan ukuran dan kebutuhan organisasi. Seorang staff *General Affair* memiliki banyak tugas dan biasanya terbagi lagi tanggung jawabnya sesuai dengan peran yang diberikan. Tiap bagian dikepalai oleh seorang *Team Leader* yang nantinya bertanggung jawab dalam mengatur dan juga mengawasi kinerja para staff sesuai target yang diberikan oleh manager department.

Kemampuan dan keahlian kita sebagai mahasiswa harus profesional dalam mempelajari industri kedepannya melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Ilmu pengetahuan dan wawasan ini bisa kita dapatkan selama di perkuliahan. Tetapi jika ingin mendapatkan pengalaman yang lebih seperti soft skill yang lebih maka kita harus melakukan penerapan ilmu pengetahuan secara langsung melalui Kuliah Kerja Lapangan. Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan melibatkan pengembangan materi pembelajaran di kelas. Hal ini sangat penting dan strategis untuk studi mata kuliah dalam Program Studi yang memerlukan banyak penelitian di lapangan.

1.2 Rumusan Tema

Berdasarkan pendahuluan dan juga latar belakang yang sudah penulis tuliskan, permasalahan yang dirumuskan berdasarkan kegiatan magang adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi alur kerja tim *General Affair* dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels?
2. Apa saja hambatan dan solusi *General Affair* dalam membantu berjalannya sebuah program televisi khususnya di MNC Channel?

1.3 Tujuan Magang

Sesuai dengan rumusan di atas, tujuan penulis melakukan kegiatan magang ini sebagai berikut:

1. Menjelaskan implementasi alur kerja tim *General Affair* dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels
2. Menjelaskan hambatan dan solusi *General Affair* dalam membantu berjalannya sebuah program televisi khususnya di MNC Channel

1.4 Manfaat Magang

Manfaat yang penulis dapat ketika magang di MNC Channel yaitu sebagai berikut:

A. Aspek Praktis :

Manfaat praktis yang saya dapatkan sebagai pemegang di MNC Channels sebagai General Affair adalah mendapatkan ilmu serta gambaran spesifik khususnya mengenai bagaimana alur kerja dalam terapannya terhadap tugas dan tanggung jawab General Affair terutama dalam hal efisiensi anggaran produksi program

B. Aspek Teoritis :

Laporan magang ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah literatur serta kontribusi akademik mahasiswa/mahasiswi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif pada konsentrasi Broadcasting Journalism dan memberikan gambaran mengenai pengembangan teori Strategi Komunikasi POAC dari George R Terry

BAB 2

Tinjauan Pustaka

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Media Massa

Menurut Cangara (2003:134), Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke khalayak. Di sisi lain, media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (penerima) melalui alat komunikasi mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

Media umumnya merupakan sarana penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan media massa adalah jenis media yang menggunakan teknologi atau alat komunikasi mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film untuk menjangkau audiens yang lebih luas pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, media massa sangat penting dalam proses komunikasi publik karena mereka dapat menyampaikan informasi dengan cepat.

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi memiliki tempat jangkauan yang jauh dan tertuju pada jumlah banyak. Surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop adalah media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, yang bekerja dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi, atau dengan kata lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

Keuntungan komunikasi melalui media massa adalah bahwa mereka menciptakan kesamaan yang merata dalam hal pembagian informasi, yang berarti bahwa suatu pesan dapat diterima oleh sejumlah besar komunikan atau audiens. Oleh karena itu, untuk menyebarkan informasi, media massa memiliki kemampuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan cara berkomunikasi. Selain itu media massa juga memiliki tugas utama untuk menyebarkan informasi dan mengiklankan barang dan jasa (Effendy, 2000)

Ciri dari media massa memang pada dasarnya tidak diciptakan untuk komunikasi yang bersifat secara langsung, mudah diakses, memuat hal – hal yang bersifat umum dan banyak orang ingin ketahui.

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang dahulunya tidak beradab

dapat berubah menjadi masyarakat yang lebih beradab. Ini terjadi karena media massa memiliki jaringan yang luas dan massal, yang memungkinkan masyarakat yang membaca tidak hanya menjadi individu-individu yang membaca, tetapi juga menjadi kelompok orang yang membaca.

2.1.2 Televisi

Menurut Cangara (2002), yang dikutip oleh NM Fursitin (2018) televisi adalah sistem visual yang memungkinkan dikirimkannya citra-citra visual yang disertai dengan suara sebagai gelombang elektromagnetik yang kemudian diubah kembali menjadi citra-citra visual oleh peralatan penerima yang dinamakan pesawat televisi.

Televisi memiliki fitur unik dibandingkan dengan media massa lainnya. Televisi adalah gabungan dari media dengar dan gambar. Bisa informatif, hiburan, atau bahkan pendidikan. Dari ketiga komponen sebelumnya, selama bertahun-tahun televisi telah menjadi sumber citra dan pesan tersebar yang sangat besar.

Selama bertahun-tahun, televisi telah menjadi media massa yang paling populer untuk hiburan dan informasi. Televisi dapat menghasilkan acara audio visual seperti film, musik, sinetron, variety show, reality show, dan acara lainnya yang melibatkan selebriti yang disukai khalayak. Dalam hal olahraga, orang dapat menonton berbagai pertandingan tanpa harus pergi ke stadion. Selain itu, siaran informasi, baik berita maupun informasi lainnya, memiliki daya tarik tersendiri karena dapat disiarkan secara langsung dari lokasi kejadian, yang sebelumnya dianggap tidak menarik. Karena hal itu televisi telah menjadi media promosi utama oleh industri untuk memasarkan produk barang dan jasa mereka selama puluhan tahun bahkan selama hampir satu abad di Indonesia.

2.1.3 General Affair

A. Pengertian *General Affair* (GA)

Khairunnisa, N (2023) pada jurnalnya mengatakan, General Affair (GA) merupakan bagian dalam perusahaan yang mengurus berbagai aspek administratif dan operasional. Tugas staf GA biasanya berhubungan dengan kebutuhan kantor seperti izin, perjalanan resmi, pengelolaan bangunan dan fasilitas, serta pengelolaan dokumen dan arsip.

B. Tugas *General Affair* (GA)

Pekerjaan yang dilakukan oleh General Affair berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari dan situasi mendesak di perusahaan. Tugas utama GA adalah menyediakan layanan untuk semua bagian perusahaan agar segala aktivitas berjalan lancar. Berikut adalah beberapa tanggung jawab yang diemban oleh staf GA:

1. **Pengadaan barang dan fasilitas perusahaan**
Perusahaan memiliki barang atau aset seperti printer atau laptop yang tentu saja memiliki batas waktu pemakaian. Tugas GA adalah memastikan bahwa proses penggantian barang-barang tersebut berjalan baik, mulai dari pengajuan, pemilihan penyedia, hingga pengadaan barang..
2. **Inventarisasi alat dan fasilitas perusahaan**
GA memiliki tugas untuk melakukan pendataan atau inventaris aset perusahaan. Tujuan dari inventarisasi adalah untuk memahami jumlah, kondisi, dan kelayakan aset, sehingga kita dapat menentukan waktu yang tepat untuk mengganti fasilitas.
3. **Perawatan dan pemeliharaan aset perusahaan**
Tugas GA berikutnya adalah merawat, memelihara, dan mengawasi fasilitas perusahaan yang telah diperoleh. Tujuan dari tindakan ini adalah agar aset tetap layak dan umur pakainya bisa diperpanjang.
4. **Mengurus perizinan**
Tim GA memiliki tanggung jawab untuk menangani semua jenis izin yang diperlukan oleh perusahaan. Izin-izin ini mencakup legalitas perusahaan, pengadaan proyek, konstruksi, dan berbagai bentuk izin lainnya.
5. **Membuat SOP**
Untuk memastikan bahwa fasilitas perusahaan terjaga dengan baik, GA perlu menyusun prosedur yang jelas mengenai perawatan, pemeliharaan, dan cara penggunaan fasilitas kantor.
6. **Berkomunikasi dengan pihak luar**
Tugas seorang staff GA juga mencakup urusan di luar perusahaan. Staff GA harus memelihara hubungan yang baik dan berkomunikasi dengan berbagai pihak seperti vendor, supplier, pemerintah daerah, organisasi masyarakat, dan aparat keamanan.

2.1.4 Alur Kerja

A. Pengertian Alur Kerja

Arikunto, S., & Suharsimi. (2023) menjelaskan proses kerja merujuk pada urutan langkah-langkah yang diambil oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya, bukan hanya sekedar daftar langkah. Proses penelitian lebih mengarah pada penataan atau hubungan metodologi yang saling berhubungan. Dengan demikian, ini merupakan suatu langkah terencana yang dijalankan secara sistematis oleh seorang pekerja dalam menyelesaikan tugas, dan bukan sekedar urutan saja. Salah satu tujuannya adalah untuk menjaga konsentrasi pada permasalahan dan mempermudah pencapaian tujuan kerja. Diharapkan juga dapat menjaga hubungan dan kesinambungan di setiap tahap pekerjaan.

B. Fungsi Alur Kerja

Dikutip dari jurnal Aslam, T. S., & Rovita, A. (2025) alur kerja merupakan sebuah dokumen yang mencakup serangkaian petunjuk tertulis yang telah distandarisasi terkait dengan berbagai prosedur dalam administrasi kantor. Dokumen ini menjelaskan cara melaksanakan tugas, waktu yang tepat untuk dilakukan, lokasi kegiatan, serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses tersebut.

Fungsi alur kerja sebagai berikut :

1. Untuk menjaga konsistensi tingkat penampilan kinerja atau kondisi tertentu dan keamanan petugas dan lingkungan dalam melaksanakan sesuatu tugas atau pekerjaan tertentu.
2. Sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan tertentu bagi sesama pekerja, dan pimpinan
3. Untuk menghindari kegagalan atau kesalahan (dengan demikian menghindari dan mengurangi konflik), keraguan, duplikasi serta pemborosan dalam proses pelaksanaan kegiatan
4. Merupakan parameter untuk menilai mutu pelayanan
5. Untuk lebih menjamin penggunaan tenaga dan sumber daya secara efisien dan efektif
6. Untuk menjelaskan alur tugas, wewenang dan tanggung jawab dari petugas yang terkait

C. Alur Kerja Yang Baik

Membuat alur kerja harus mengikuti beberapa prinsip, yaitu kemudahan dan kejelasan, efisiensi dan efektivitas, dapat diukur, keselarasan, berfokus pada pengguna, fleksibilitas, mematuhi hukum, dan memberikan kepastian hukum. Di bawah ini adalah beberapa metode untuk menciptakan alur kerja yang baik:

1. Konsisten

Alur kerja harus dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu, oleh siapapun, dan dalam situasi apapun oleh seluruh jajaran organisasi.

2. Komitmen

Proses kerja perlu dijalankan dengan dedikasi penuh oleh semua karyawan, mulai dari posisi terendah hingga yang paling tinggi.

3. Perbaikan Berkelanjutan

Pelaksanaan alur kerja harus terbuka terhadap penyempurnaan untuk memperoleh prosedur yang benar – benar efektif dan efisien

4. Mengikat

Alur kerja sifatnya harus mengikat pelaksana dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan

5. Seluruh Unsur Memiliki Peran Penting

Seluruh pegawai memiliki peran dalam setiap prosedur yang telah distandarkan. Jika pegawai tersebut tidak melaksanakan peranannya dengan baik, maka proses produktivitas dalam suatu organisasi atau sebuah perusahaan akan terganggu

6. Terdokumentasikan Dengan Baik

Seluruh prosedur yang telah distandarkan harus didokumentasikan dengan baik, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi bagi setiap orang yang membutuhkan

2.1.5 Anggaran

A. Pengertian Anggaran

Anggaran adalah alat akuntansi yang bisa mendukung pemimpin perusahaan dalam merencanakan dan mengawasi kegiatan perusahaan. Rencana tersebut menunjukkan cara-cara sumber daya yang diperkirakan akan didapatkan dan digunakan dalam jangka waktu tertentu..

Anggaran berfungsi untuk mengarahkan suatu kegiatan dan berperan sebagai alat untuk membandingkan hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan, sehingga pelaksanaan tetap terkontrol. Anggaran merupakan dokumen tertulis yang merinci aktivitas suatu organisasi dalam bentuk angka untuk periode tertentu dan biasanya dinyatakan dalam uang.

B. Karakteristik Anggaran

Menurut Indra Bastian (2010) dalam bukunya menyebutkan karakteristik anggaran terdiri dari :

1. Budget yang disebutkan dalam ukuran uang dan ukuran bukan uang
2. Anggaran biasanya mencakup periode waktu tertentu, yaitu satu tahun atau lebih.
3. Rencana keuangan yang menunjukkan niat atau kemampuan pemimpin untuk mencapai target yang telah ditentukan.
4. Usulan anggaran yang telah diperiksa dan mendapatkan persetujuan dari pihak yang lebih tinggi daripada penyusun anggaran.
5. Anggaran yang sudah dibuat bisa diubah hanya pada keadaan tertentu.

C. Jenis – Jenis Anggaran

Menurut Rudianto (2009) dalam bukunya, anggaran perusahaan terdiri dari berbagai jenis anggaran sebagai berikut :

1. Anggaran Operasional

Rencana kerja yang dikenal sebagai anggaran operasional mencakup semua kegiatan penting yang dilakukan untuk menghasilkan pendapatan dalam periode waktu tertentu. Dengan demikian, anggaran operasional terbagi menjadi :

a. Anggaran Pendapatan

Anggaran pendapatan adalah dokumen yang disusun oleh perusahaan untuk menggapai pendapatan dalam periode waktu tertentu.

b. Anggaran Biaya

Biaya anggaran adalah rencana pengeluaran yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan pendapatan yang telah direncanakan. Anggaran biaya dapat dikelompokkan menjadi :

1. Anggaran untuk biaya tenaga kerja langsung merupakan perkiraan total pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar biaya tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi selama periode tertentu di masa yang akan datang.
2. Anggaran untuk pengeluaran overhead adalah rencana total mengenai biaya produksi selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
3. Anggaran untuk pemasaran merupakan suatu rencana mengenai jumlah uang yang akan dihabiskan oleh perusahaan untuk mendistribusikan produk-produk mereka.

4. Rencana pengeluaran untuk administrasi dan biaya umum adalah anggaran yang ditetapkan untuk kegiatan kantor administratif dalam jangka waktu tertentu di masa depan.

c. Anggaran Laba

Rencana keuntungan adalah jumlah laba yang perusahaan harapkan untuk diperoleh dalam suatu periode tertentu di masa depan. Rencana keuntungan ini sebenarnya adalah kombinasi dari rencana pendapatan dan rencana biaya.

d. Anggaran Keuangan

Anggaran keuangan adalah anggaran yang mendukung rencana untuk kegiatan operasional perusahaan. Anggaran ini tidak langsung berhubungan dengan proses perusahaan dalam memproduksi dan memasarkan barang. Sebagai pendukung, anggaran ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam memproduksi dan memasarkan barang. Dalam anggaran keuangan terdapat berbagai jenis anggaran, yaitu:

- 1) Anggaran investasi adalah rencana perusahaan untuk membeli barang – barang modal atau barang – barang yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk perusahaan dimasa mendatang dalam jangka panjang, seperti pembelian dan pembangunan gedung kantor, bangunan pabrik, pembelian mesin, pembelian tanah dan sebagainya
- 2) Anggaran Kas adalah rencana aktivitas penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan di dalam suatu periode tertentu, beserta penjelasan tentang sumber – sumber penerimaan dan pengeluaran kas tersebut
- 3) Proyeksi Neraca adalah kondisi keuangan yang diinginkan perusahaan di dalam suatu periode tertentu dimasa mendatang. Berarti, dalam proyeksi neraca tersebut mencakup jumlah harta ingin dimiliki perusahaan beserta kewajiban – kewajiban yang harus diselesaikan perusahaan dimasa mendatang.

D. Fungsi Anggaran

Menurut Mardiasmo (2009) dalam bukunya anggaran memiliki beberapa fungsi utama, yaitu :

1. Anggaran Sebagai Alat Perencanaan (*Kegiatanning tool*)

Anggaran sektor publik dibuat untuk merencanakan tindakan apa yang akan dilakukan oleh sektor publik dari belanja perusahaan tersebut

2. Anggaran Sebagai Alat Pengendalian (*control tool*)

Anggaran berfungsi sebagai alat pengendalian agar pengeluaran tidak berlebihan dan dana tidak digunakan secara tidak tepat pada bagian lain yang bukan menjadi prioritas dalam alokasi anggaran.

Pengendalian anggaran publik dapat dilakukan melalui empat cara, yaitu:

- a. Membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang dianggarka
- b. Menghitung selisih anggaran
- c. Menemukan penyebab yang dapat dikendalikan (*controllable*) dan tidak dapat dikendalikan (*uncontrollable*) atas suatu varians
- d. Merevisi standar biaya atau target anggaran untuk tahun berikutnya

3. Anggaran Sebagai Alat Kebijakan Fiskal (*fiscal tool*)

Anggaran berfungsi sebagai alat untuk kebijakan fiskal pemerintah untuk menstabilkan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Anggaran publik menentukan garis besar kebijakan fiskal pemerintah, yang memungkinkan untuk membuat prediksi dan estimasi tentang kondisi ekonomi.

4. Anggaran Sebagai Alat Koordinasi dan Komunikasi (*coordination and communication tool*)

Anggaran publik berfungsi sebagai alat untuk koordinasi antar bagian pemerintah. Anggaran publik yang disusun dengan baik dapat mendeteksi ketika suatu unit kerja tidak sejalan dalam mencapai tujuan organisasi. Untuk memastikan pelaksanaannya, anggaran publik harus dikomunikasikan ke seluruh bagian organisasi.

5. Anggaran Sebagai Alat Penilaian Kerja (*performance measurement tool*)

Anggaran adalah bentuk komitmen eksekutif dan legislatif kepada pemberi wewenang. Pencapaian target anggaran dan efisiensi pelaksanaan anggaran menentukan kinerja manajer publik. Anggaran berguna untuk penilaian dan pengendalian kinerja.

2.1.6 Komunikasi Organisasi

A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Kata komunikasi diambil dari bahasa Latin, dari kata *comunis* yang berarti sama. Dari istilah *comunis*, muncul kata kerja *kommunicare*, yang berarti menyebarkan atau memberi tahu. Dengan demikian, jika melihat dari asal katanya, komunikasi berarti memberi tahu atau menyebarkan informasi kepada orang lain untuk mencapai pemahaman yang serupa.

Menurut Jalaluddin, R. (2018) dalam bukunya komunikasi merupakan aktivitas yang melibatkan pengaturan ide atau informasi dari satu individu ke individu lainnya. Dalam proses

ini, yang diperlukan tidak hanya kata-kata yang diucapkan saat berbicara, tetapi juga melibatkan ekspresi wajah, nada suara, dan berbagai elemen vokal lainnya. komunikasi adalah suatu proses tukar menukar informasi dan transmisi dari suatu arti, dan semuanya itu merupakan sesuatu yang sangat penting di dalam suatu organisasi.

Dari beberapa pendapat yang telah disebutkan, bisa disimpulkan bahwa komunikasi adalah cara untuk menyampaikan informasi dari seorang komunikator kepada komunikan atau pengirim informasi dari satu pihak ke pihak lainnya untuk mencapai saling pengertian. Dengan kata lain, organisasi adalah sebuah proses di mana satu atau lebih orang berkumpul untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Proses ini menghasilkan keluaran, dan keluaran tersebut dilaksanakan oleh individu yang memiliki kualitas baik.

Ramin, M. (2023) dalam jurnalnya mengatakan komunikasi di dalam suatu organisasi adalah salah satu tindakan manajerial yang sangat penting. Tanpa adanya komunikasi, sebuah organisasi tidak dapat menjalankan alur komando yang telah ditetapkan. Dalam komunikasi, setidaknya ada dua aktivitas yang berlangsung, yaitu pembuatan pesan dan penafsiran pesan. Pesan tersebut bisa disampaikan dalam bentuk verbal maupun non-verbal. Pesan yang disampaikan memiliki makna simbolis, sehingga penerima harus dapat memahami arti pesan tersebut. Komunikasi organisasi dapat dijelaskan sebagai proses penyampaian atau pesan dan pengertian pesan di antara unit komunikasi yang termasuk dalam suatu organisasi tertentu. Dalam suatu organisasi, komunikasi berlangsung baik secara formal maupun informal, dan berada dalam jaringan yang lebih luas dibandingkan komunikasi kelompok. Dengan demikian, organisasi dapat dianggap sebagai kumpulan dari berbagai kelompok. Komunikasi organisasi juga sering melibatkan interaksi antar pribadi dan kadang-kadang komunikasi publik. Komunikasi formal mengikuti struktur organisasi, yang mencakup komunikasi yang mengalir ke bawah, ke atas, dan secara horizontal. Sementara komunikasi informal tidak terikat oleh struktur organisasi.

2.1.7 Strategi Komunikasi

A. Pengertian Komunikasi

Purba, B., & Gasperz, S. (2020) dalam bukunya menjelaskan secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari kata Latin "communis", yang berarti "sesuatu yang sama". Secara terminologis, komunikasi adalah proses menyampaikan pernyataan kepada orang lain.

Laksono, P. (2020) menjelaskan bahwa para ahli telah menetapkan banyak definisi komunikasi. Ada tiga cara untuk memahami komunikasi. Pertama, komunikasi dianggap sebagai tindakan sepihak; kedua, komunikasi dianggap sebagai interaksi; dan ketiga, komunikasi dianggap sebagai transaksi. Komunikasi sebagai tindakan sepihak adalah proses pengiriman pesan yang mengalir dari sumber ke penerima melalui beberapa komponen. Di sisi lain, komunikasi dianggap sebagai interaksi adalah proses sebab-akibat di mana terjadi interaksi timbal balik. Menurut Pearson dan Nelson, komunikasi sebagai transaksi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara orang yang mengirim dan orang yang menerima pesan.

B. Perencanaan Komunikasi

Cangara, H. (2020) menjelaskan perencanaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan kesadaran dan secara berkelanjutan serta dikelola untuk menentukan pilihan terbaik dari berbagai opsi yang ada untuk mencapai sasaran tertentu. John Middleton menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi ialah suatu proses dalam mendistribusikan sumber daya komunikasi guna mencapai sasaran organisasi. Sementara itu, Robin Mehall menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang menjelaskan langkah-langkah yang harus diambil terkait komunikasi untuk mencapai sasaran, metode yang akan digunakan untuk mencapainya, audiens yang menjadi target program komunikasi, alat yang diperlukan, dan batas waktu di mana hal itu dapat tercapai.

Dari definisi di atas dapat ditarik beberapa pokok pikiran yang ada di dalamnya, yaitu :

- a. Strategi komunikasi yang disengaja
- b. Perencanaan komunikasi didokumentasikan.
- c. Perencanaan komunikasi adalah penerapan—aplikasi seni dan ilmu komunikasi.
- d. Perencanaan komunikasi melibatkan aktivitas manusia yang berurutan dari satu proses ke proses berikutnya.
- e. Memiliki tujuan yang ingin Anda capai dalam waktu tertentu
- f. Perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut.
- g. Pengukuran hasil diperlukan untuk perencanaan komunikasi.

Yusuf, J. (2019) menjelaskan bahwa pendekatan perencanaan pada dasarnya dapat dilakukan dengan cara :

1. Pendekatan yang komprehensif dan rasional dalam perencanaan merupakan cara perencanaan yang didasarkan pada suatu kebijakan umum. Kebijakan ini merumuskan tujuan yang ingin dicapai secara keseluruhan.

2. Metode perencanaan yang dipilih adalah suatu cara yang menganggap elemen-elemen dari kebijakan umum yang secara langsung berhubungan dengan aspek atau bagian yang diberi prioritas.

Perencanaan komunikasi bertujuan untuk mengatasi berbagai hambatan yang ada agar komunikasi bisa efektif. Dari segi fungsi dan manfaatnya, perencanaan ini penting untuk menerapkan berbagai program yang ingin dicapai, baik itu dalam hal citra, pemasaran, penyebaran ide, kemitraan, maupun pengembangan infrastruktur komunikasi. Secara sederhana, perencanaan komunikasi selalu berkaitan dengan cara menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam konteks yang lebih luas, perencanaan komunikasi sangat penting untuk merancang strategi demi keberhasilan program-program yang berskala nasional. Rencana kerja perusahaan yang disebut anggaran operasional meliputi semua aktivitas penting yang dilakukan untuk mendapatkan pendapatan dalam jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, anggaran operasional terdiri dari:

3. Strategi Komunikasi

Cangara, H. (2021) menjelaskan tentang Strategi pada dasarnya merupakan proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu sasaran. Untuk mencapai sasaran itu, strategi tidak hanya berperan sebagai petunjuk arah, namun juga harus dapat menjelaskan bagaimana tindakan operasionalnya. Hal ini juga berlaku pada strategi komunikasi, yang menggabungkan perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi untuk meraih tujuan yang sudah ditentukan.

Strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu :

- a. Menyampaikan pesan komunikasi yang informatif, persuasif, dan instruktif dengan cara yang terencana kepada target agar mencapai hasil yang terbaik.
- b. Menyatukan perbedaan budaya yang muncul dari akses yang mudah dan penggunaan yang sederhana terhadap media massa yang sangat kuat ini, jika tidak ditangani akan merusak nilai – nilai budaya. (Purba, B., & Gasperz, S. 2020)

4. Komponen – komponen dalam strategi komunikasi

Komunikasi adalah proses yang kompleks dan juga rumit. Untuk membuat rencana komunikasi yang baik, penting untuk memikirkan dengan jelas tentang faktor – faktor yang mendukung dan yang menghalangi. Sebaiknya dalam rencana tersebut juga diperhatikan elemen – elemen komunikasi serta faktor – faktor yang mendukung dan menghambat pada setiap elemen tersebut. Proses ini dimulai dari komunikasi sebagai tujuan komunikasi, diikuti oleh media, pesan, dan komunikator

a. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum memulai komunikasi, penting untuk mengetahui terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi target pesan tersebut.

b. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, seseorang bisa memilih satu media atau kombinasi dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang ingin diraih, pesan yang ingin disampaikan, dan metode yang akan diterapkan.

c. Pengkajian tujuan pesan

Pesan dalam komunikasi memiliki tujuan tertentu, seperti memilih teknik yang akan dipakai, isi yang ingin disampaikan, dan bahasa yang perlu digunakan.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Ada dua faktor yang penting dan perlu diperhatikan pada diri komunikator saat ia menyampaikan pesan, yaitu :

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator yang sukses dalam berkomunikasi dapat mengubah sikap, pandangan, dan perilaku orang lain melalui daya tarik, asalkan ada rasa kesamaan antara dirinya dan komunikan. Hal ini membuat komunikan lebih cenderung untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang dapat membuat komunikasi sukses adalah adanya kepercayaan dari penerima pesan kepada pengirim pesan. Kepercayaan ini berkaitan erat dengan profesi atau keterampilan yang dimiliki oleh pengirim pesan.

5. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi juga merupakan kombinasi antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Komunikasi ini harus mampu menjelaskan cara pelaksanaannya secara praktis, yang berarti bahwa pendekatan bisa berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada.

a. *To secure understanding*, untuk memastika bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi

b. *To establish acceptance*, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik

c. *To motive action*, penggiatan untuk memotivasinya

d. *The goals which the communication sought to achieve*, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Tujuan dalam komunikasi adalah untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan berjangka panjang, bahkan bisa jadi abadi. Dari penjelasan tersebut, kita bisa menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi adalah cara untuk mencapai tujuan. Dalam mencapai tujuan ini, strategi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah, tetapi juga harus dapat menjelaskan bagaimana cara operasionalnya.

Strategi komunikasi meliputi pembuatan program-program yang bertujuan untuk mempengaruhi dan mendorong perubahan yang diinginkan secara sukarela dalam kelompok target dan pihak-pihak yang relevan, agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Ada lima elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan komunikasi yang dikenal sebagai five management communication decision. Elemen-elemen tersebut mencakup audiens, perilaku, pesan, media, dan umpan balik. Audiens berkaitan dengan individu atau kelompok yang akan menerima pesan atau menjadi target komunikasi. Perilaku berhubungan dengan harapan yang diinginkan dari audiens setelah komunikasi berlangsung, pesan menyangkut tema atau informasi yang ingin disampaikan, media mencakup saluran yang tepat untuk digunakan, dan umpan balik berkaitan dengan cara memastikan bahwa pesan diterima dengan baik.

6. Fungsi Manajemen

Dikutip dari jurnal Yusuf, J. (2019) Terdapat 4 fungsi manajemen, yang dalam dunia manajemen dikenal sebagai POAC yaitu: *Planing* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan/pengarahannya), dan *controlling* (pengendalian).

a. *Planing* (perencanaan)

Perencanaan adalah suatu usaha yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan keputusan yang telah dipikirkan dengan baik mengenai hal-hal yang akan dilakukan di masa mendatang, di dalam dan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tahap awal dalam perencanaan adalah menentukan tujuan organisasi. Setelah itu, tujuan ditetapkan untuk setiap bagian dari organisasi seperti divisi, departemen, dan lain-lain. Setelah semua tujuan ditentukan, program dibuat untuk mencapai tujuan secara terstruktur.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses mengatur pekerjaan, wewenang, dan sumber daya manusia di antara anggota organisasi sehingga mereka dapat mencapai tujuan atau tujuan organisasi.

Dengan menyusun sebuah rencana, pelaksanaannya akan lebih mudah karena tindakan dalam rencana tersebut sudah dibagi menjadi tugas-tugas yang jelas. Pembagian tugas ini bisa

mencegah penumpukan pekerjaan pada satu individu, yang jika terjadi akan memberikan beban berat dan menimbulkan kesulitan. Terkait dengan fungsi pengorganisasian ini, Amita Etzioni menyatakan bahwa organisasi adalah suatu unit sosial, atau kumpulan orang-orang yang dibentuk secara sengaja dengan pertimbangan tertentu untuk mencapai tujuan yang spesifik.

c. *Actuating* (penggerakan)

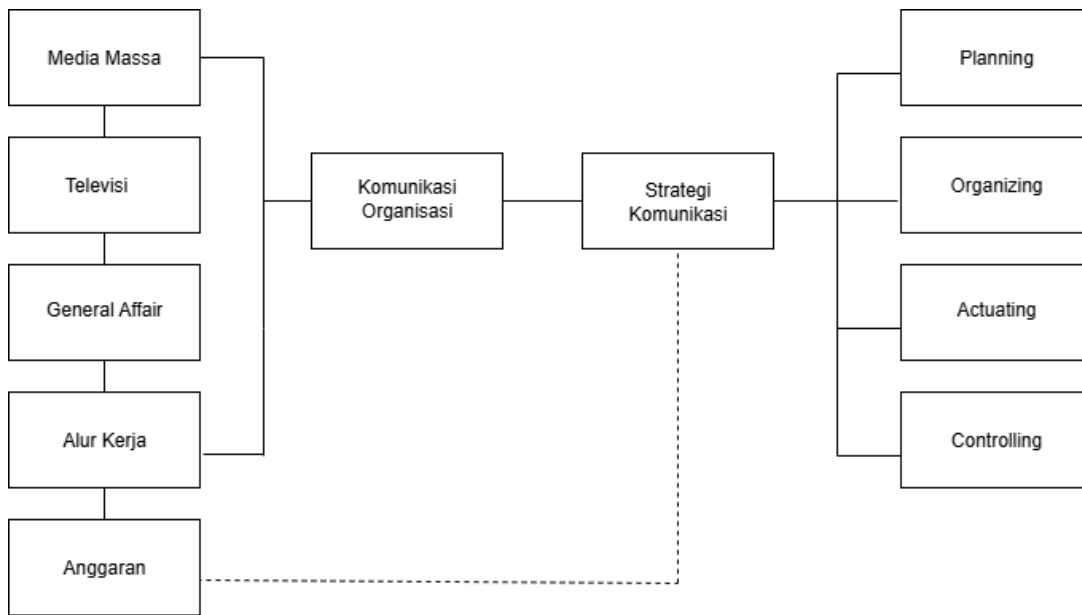
Semua usaha, cara, teknik, dan metode yang dilakukan untuk mendorong anggota organisasi agar mereka bersedia dan tulus bekerja dengan seoptimal mungkin untuk mencapai tujuan organisasi yang efisien, efektif, dan ekonomis.

d. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan atau kontrol adalah proses untuk menilai pencapaian yang telah diraih, melakukan evaluasi, dan jika perlu, mengambil langkah-langkah perbaikan untuk memastikan bahwa hasilnya sejalan dengan rencana yang telah ditetapkan.

Di Indonesia, selain istilah pengawasan, ada juga pengendalian. Keduanya memiliki maksud yang serupa, yaitu memastikan bahwa pencapaian tujuan berlangsung sesuai dengan rencana. Namun, pengawasan lebih kepada usaha untuk menjamin bahwa kegiatan berjalan dengan efektif dan efisien mengikuti kebijakan serta tujuan organisasi. Sementara itu, pengendalian melibatkan pengawasan yang disertai tindakan perbaikan. Itu berarti jika ada ketidaksesuaian yang terdeteksi dalam pengawasan, maka segera diambil langkah untuk mengoreksinya.

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 1 Bagan Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual di atas menjelaskan hubungan antara berbagai komponen penting dalam pengelolaan organisasi media, terutama industri televisi sebagaimana ditunjukkan dalam bagan berikut. Media massa, sebagai komponen utama komunikasi, memainkan peran penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat umum. Televisi, sebagai jenis media massa, memiliki fitur yang kompleks dan membutuhkan sistem manajemen yang terorganisir untuk memastikan bahwa proses produksi berlangsung dengan lancar dan efisien. Di industri televisi, divisi General Affair adalah bagian penting yang membantu operasi harian, terutama dalam hal administrasi, logistik, dan pembuatan anggaran produksi.

Dalam sebuah organisasi televisi, manajemen alur kerja dan pengelolaan biaya produksi adalah bagian penting dari tanggung jawab umum. Proses pelaksanaan program, mulai dari perencanaan hingga eksekusi, digambarkan dalam alur kerja. Anggaran, di sisi lain, berfungsi sebagai alat penting untuk merencanakan biaya produksi dan memastikan bahwa semua pengeluaran sesuai dengan rencana. Agar kedua elemen ini tercapai tanpa menghabiskan sumber daya, diperlukan sistem koordinasi dan komunikasi yang kuat.

Selama proses ini, komunikasi organisasi menjadi komponen utama yang menghubungkan seluruh struktur perusahaan. Komunikasi organisasi tidak hanya mencakup pertukaran informasi, tetapi juga membangun hubungan kerja yang sinergis antara individu dan tim saat mereka bekerja untuk menyelesaikan tugas yang diberikan kepada mereka. Sebaliknya, untuk memastikan bahwa komunikasi di dalam dan di luar organisasi berjalan dengan lancar dan terarah, strategi komunikasi sangat penting. Bagaimana tim produksi,

manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya berkomunikasi sangat dipengaruhi oleh strategi ini.

Selain itu, kerangka kerja dalam bagan ini mengadopsi ide-ide tentang fungsi manajemen, yang terdiri dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (action), dan pengawasan (controlling). Seluruh kebutuhan produksi dirancang melalui perencanaan, yang mencakup membuat anggaran dan menetapkan jadwal pekerjaan. Untuk memastikan bahwa setiap bagian organisasi melakukan pekerjaannya dengan cara yang tepat, pengorganisasian mengatur struktur kerja dan pembagian tugas. Tahap di mana rencana dilaksanakan di lapangan, yang memerlukan koordinasi yang dinamis, disebut pelaksanaan. Selain itu, pengawasan dilakukan untuk memastikan seluruh proses sesuai dengan standar dan untuk mengevaluasi hasil kerja.

Keseluruhan elemen dalam bagan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan produksi program di industri media tidak hanya bergantung pada kualitas konten tetapi juga komunikasi internal dan manajemen organisasi. Dalam peran strategisnya dalam menjaga keseimbangan antara alur kerja dan pengelolaan anggaran, General Affairs, yang merupakan pendukung utama operasional, bertanggung jawab sedari awal suatu program ataupun event yang akan dijalankan. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat dan menerapkan fungsi manajemen secara menyeluruh, perusahaan dapat menghasilkan hasil produksi yang lebih baik dan meningkatkan kualitasnya. Pada akhirnya, bagan ini menjadi dasar teoritis yang berguna untuk menyelidiki dinamika internal dalam organisasi media, terutama dalam konteks penelitian akademik seperti penulisan tugas akhir ataupun dalam hal ini adalah laporan magang.

BAB 3

Metode Pengumpulan Data

3.1 Deskripsi Tempat Magang

3.1.1 Sejarah MNC Group

Dikutip dari website MNC, PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC atau Perseroan) adalah perusahaan media terbesar dan terintegrasi di Indonesia. Berpusat di MNC Tower, Jalan Kebon Sirih No. 17 – 19, Jakarta Pusat, Indonesia. Operasional Perseroan terdiri dari basis media yang lengkap yang memberikan solusi iklan yang menyeluruh kepada semua pelanggan iklan. Bisnis inti MNC terdiri dari penyiaran TV nasional Free-To-Air (FTA) dan bisnis konten. Sementara bisnis pendukung meliputi media cetak, online dan radio. MNC Media Group, or specifically PT Media Nusantara Citra, Tbk, is currently one of the largest media conglomerates in Indonesia. Under the umbrella of MNC Media Group, there are numerous media units, including RCTI, MNCTV, GlobalTV, InewsTV, RDI Radio, Koran Seputar Indonesia, Okezone. com, and Indovision. The leadership of this major media company is held by the prominent entrepreneur Harry Tanoesoedibjo (HT).

Sebagai perusahaan yang menaungi beberapa stasiun TV ternama di Indonesia, PT Media Nusantara Citra mempunyai salah satu library content TV Program yang terbesar di Indonesia. Besarnya konten yang dimiliki oleh MNC ini merupakan salah satu asset yang sangat berpotensi untuk mengembangkan *content-based business*. Konten tersebut diakumulasikan dari produksi *in-house*, *outsourcing*, dan operasi platform multimedia. Dengan demikian MNC Group melebarkan sayapnya pada Tv Cable (bisnis konten).

MNC bekerja dengan giat untuk menyebarkan perpustakaan konten besar mereka ke penonton lokal dan nasional. Salah satu bagian dari strategi distribusi MNC adalah memberikan izin kepada lembaga penyiaran lain untuk menayangkan konten mereka dan juga membuat saluran program yang bisa ditayangkan di Pay TV.

MNC Media tetap menjadi yang terdepan di sektor televisi dengan program-program unggulan dalam kategori drama dan ajang pencarian bakat. Program-program yang disiarkan oleh perusahaan ini meraih pangsa pemirsa di waktu prime time sebesar 38,3%. Dalam kategori drama, lima dari sepuluh serial drama yang paling disukai berasal dari MNC. Selain itu, MNC Media juga mengelola 20 saluran TV berlangganan dengan merek MNC dan memiliki koleksi konten terbesar yang mencakup lebih dari 300 ribu jam program. MNC Channels mampu

menjangkau seluruh wilayah Indonesia melalui indovision. Indovision merupakan stasiun televisi satelit berlangganan yang didirikan oleh PT MNC Sky Vision, sebelumnya dikenal sebagai PT Matahari Lintas Cakrawala.

Perusahaan ini, yang mulai beroperasi pada 8 Agustus 1988, mulai menjual produk jasanya di awal tahun 1994. Mereka bertanggung jawab atas pemasaran program manajemen dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.. MNC bekerja sama dengan indovision dan Okevision untuk memasarkan dan memancarkan stasiun TV MNC yang merupakan bisnis konten yaitu MNC Channels. Materi program – program atau film yang ada di MNC Channels sebagian merupakan program yang dikirim dari stasiun televisi swasta dan MNC Channels menyiarkannya kepada pelanggan Indovision dan Okevision.

3.1.2 MNC Channels

A. Tentang MNC Channels

MNC Channels adalah salah satu perusahaan anak yang fokus pada penyediaan konten saluran di dunia televisi berbayar. Berbagai saluran ditawarkan yang menayangkan program-program yang ditujukan dengan cermat untuk segmen penonton tertentu. Ini juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sponsor dalam mempromosikan produk dan layanan mereka agar dapat lebih tepat sasaran pada audiens yang diinginkan. MNC Channels adalah saluran TV yang beroperasi di Indonesia dan juga di negara lain selama 24 jam, dengan menampilkan berbagai jenis informasi, hiburan, dan berita..

Pada tahun 2018 dan 2019, MNC Channels berhasil meraih penghargaan superbrands Indonesia. Pada Mei 2018, tercatat bahwa 30% pengguna televisi berlangganan MNC Group menonton saluran MNC Channels. Saat ini, MNC Channels dapat diakses melalui media pay TV (satelit), internet protokol, over-the-top (OTT), dan siaran langsung.

Menyuguhkan *one stop entertainment*, MNC Channels berusaha keras untuk menjadi pilihan terbaik bagi keluarga dalam menikmati program televisi yang menarik dan memberikan manfaat serta menunjukkan kebanggaan Indonesia di seluruh dunia.

B. Logo MNC Channels

Tipe huruf MNC memiliki karakteristik unik karena mencerminkan kekokohan dan ketahanan, yang juga menunjukkan jenis usaha yang dijalankan. Logo yang berwarna biru melambangkan kedewasaan media dalam memberikan pelayanan kepada audiensnya, dan dalam konteks bisnis, ini menunjukkan stabilitas pertumbuhan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan. Warna merah pada logo melambangkan kehangatan dan sangat disukai oleh orang-orang yang menghargai transparansi dan hal-hal baru. Merah juga diartikan sebagai simbol kesejahteraan dan kebahagiaan dalam kebudayaan Asia.



Gambar 2 Logo MNC Channels

3.1.3 Visi & Misi

A. Visi :

Menjadi perusahaan investasi terkemuka di kawasan Asia Pasifik dalam bidang media, jasa keuangan dan properti gaya hidup melalui inovasi dan teknologi secara non – organik.

B. Misi :

Memaksimalkan sinergi group serta memberikan layanan berkualitas dan nilai tambah bagi para pemagku kepentingan termasuk seluruh pemirsa, pelanggan, pemegang saham dan karyawan

3.1.4 Program MNC Channels

A. Vision Prime

Vision Prime merupakan sebuah kanal hiburan televisi yang ada di Indonesia. Saluran ini memulai siarannya pada tanggal 1 Januari 2020. Vision Prime menyajikan program hiburan selama 24 jam yang mencakup drama lokal, film lokal, acara realitas, talk show, serta serial animasi. Konten-konten ini sebelumnya ditayangkan oleh empat stasiun televisi Indonesia yang dimiliki oleh MNC Group, yaitu RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews, bersama dengan produksi orisinal dari Vision+.

Saluran ini menawarkan berbagai konten asli, menyajikan hiburan lengkap serta serial drama ikonik dari Indonesia, termasuk sinetron dan FTV yang berasal dari tiga stasiun televisi swasta, yaitu RCTI, MNCTV, dan GTV, serta saluran premium lain seperti Ent, Ie, Lifestyle & Fashion, Muslim TV, dan Kids TV.

Anda bisa melihat saluran ini di parabola MNC Vision dengan nomor 1 untuk definisi tinggi (HDTV) dan nomor 94 untuk definisi standar (SDTV), yang menggantikan saluran Drama Channel sebelumnya.

B. Life Channel

Life Channel adalah sebuah stasiun televisi yang menayangkan program rohani Kristen selama 24 jam setiap hari di Indonesia. Anda bisa menontonnya melalui satelit MNC Visio, yang dimiliki oleh MNC Channels. Saluran ini adalah tempat untuk program-program agama Kristen di negara ini.

C. Muslim TV

Muslim Tv (kepanjangan dari Muslim Televisi, sempat berganti nama menjadi MNC Muslim & Hidayah) adalah saluran televisi religi di Indonesia yang dijalankan oleh MNC Channels. Muslim Tv merupakan saluran televisi religi bernuansa islami di Indonesia.

Pada awalnya, MNC Muslim menggunakan nama MNC Muslim saat acara unggulannya masih dalam persiapan, ditandai dengan penampilan title card dan latar belakang musik lagu pop religius pada tanggal 20 Februari 2011. Setelah sembilan hari, MNC Muslim melakukan siaran perdana secara resmi pada tanggal 28 Februari 2011 sekitar pukul 06. 00 WIB dengan program sinetron. Semua tayangan ini bisa ditonton lewat televisi satelit berlangganan Indovision (yang sebelumnya dikenal sebagai MNC Vision) di saluran nomor 97, sebelum berpindah ke saluran 92. Salah satu taglinenya adalah “Penyejukan Hati,” yang sesuai dengan tema saluran ini untuk memberikan hiburan bagi para penonton. Pada tanggal 25 Juni 2014, MNC Muslim mengubah logo ternyata lebih mirip dengan MNC Home & Living serta diberi atap masjid besar warna biru muda dalam rangka ulang tahun MNC Channels ke-8

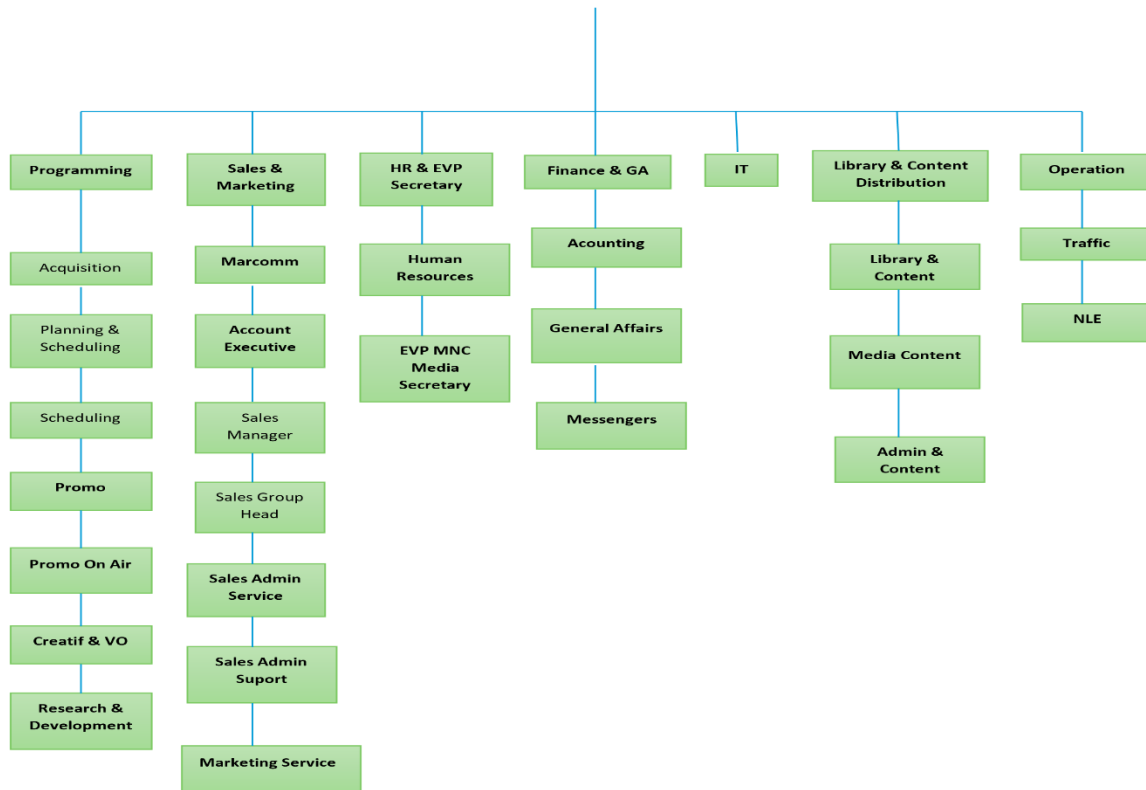
D. Music TV

Music Tv (sebelumnya bernama MNC Music Channel, MNC Music dan Music Channel digayakan sebagai Music TV) adalah saluran televisi musik di Indonesia yang dijalankan oleh MNC Channels, anak usaha dari Media Nusantara Citra. Saluran ini memfokuskan diri pada

acara – acara terkait dunia musik dalam dan luar negeri, dan dapat disaksikan melalui MNC Vision

3.1.5 Struktur Organisasi

A. Bagan Struktur Organisasi



Gambar 3 Bagan Struktur Organisasi

B. Tugas Divisi

1. Production, atau dalam bahasa Indonesia dapat diartikan menjadi produksi, merupakan sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas membuat suatu program yang akan dipergunakan untuk kepentingan sebuah perusahaan televisi
2. Programming, merupakan sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk melakukan perencanaan, memilih jadwal dan juga menentukan program yang akan tayang pada stasiun televisi. Divisi ini juga memastikan bahwa program yang ditayangkan sesuai dengan target market dan tujuan sebuah stasiun televisi
3. Sales Marketing, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk melakukan pemasaran dan juga penjualan program. Divisi ini juga memastikan bahwa target penjualan

iklan dapat tercapai, selain itu divisi ini juga harus memastikan program televisi tersebut laku di pasaran.

4. HRD, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola sumber daya manusia di dalam stasiun televisi tersebut. Divisi ini berfokus pada rekrutmen, pelatihan dan pengelolaan karyawan untuk mendukung operasional stasiun televisi
5. General Affairs, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola hal yang bersifat administratif dan juga operasional yang mendukung kelancaran kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Divisi ini memastikan ketersediaan fasilitas, perizinan, dan juga pemeliharaan asset perusahaan
6. Finance, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola keuangan dan anggaran di stasiun televisi. Divisi ini bertugas memastikan kelancaran operasional stasiun televisi melalui perencanaan, pengelolaan dan pengawasan arus kas stasiun televisi
7. IT, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola perihal semua aspek teknologi informasi yang digunakan dalam operasional stasiun televisi, mulai dari perangkat keras dan perangkat lunak
8. Library & Content, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk menyimpan dan juga mengelola semua tayangan ataupun konten yang akan disiarkan. Divisi ini juga melakukan distribusi konten dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pemirsa dan mencapai target yang telah ditetapkan
9. Operation, berisikan tim traffic yang dimana divisi ini memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengatur penayangan program acara dan iklan, memastikan kelancaran alur siaran serta mengelola waktu tayang suatu program

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi. Dalam penulisan ini, terdapat beberapa cara atau metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan. Berikut adalah metode pengumpulan data yang diterapkan untuk menyelesaikan laporan setelah menjalani magang di MNC Channels :

a. Metode Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan tentang keadaan yang ada di lapangan. Metode observasi digunakan penulis untuk memperoleh data tentang kenyataan mengenai objek yang diamati dan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabulasi

b. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif merupakan kegiatan partisipasi aktivitas mahasiswa dalam turun langsung ke dalam kegiatan magang

c. **Dokumentasi Magang**

Dokumentasi magang merupakan bukti – bukti kegiatan magang yang berupa foto, dokumen pendukung seperti absen dan juga surat keterangan selesai magang

d. **Studi Pustaka**

Kegiatan yang diwajibkan dalam penulisan khususnya penulisan akademik untuk mengembangkan aspek teoritis. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data – data dan informasi terkait dengan diperlakukan pada penulisan sesuai dengan topik yang akan dibahas.

3.3 Objek Magang dan Analisa Objek

3.3.1 General Affair

A. Tugas dan Tanggung Jawab

1. General Affair melakukan pengorganisasian sumber daya manusia internal tim support (Driver, OB, Security, & Kurir)
2. General Affair melakukan pemeliharaan asset
3. General Affair melakukan rekapitulasi terhadap semua dokumen yang berkaitan dengan administrasi
4. General Affair melakukan pemesanan atau pengadaan barang

B. Alur Kerja

Dalam prosesnya kegiatan tim ini dapat digambarkan dengan beberapa step seperti berikut :

A. Tahap Persiapan :

1) **Identifikasi Kebutuhan**

GA akan berkoordinasi dengan divisi lain untuk mengidentifikasi kebutuhan logistik, peralatan, dan fasilitas yang dibutuhkan untuk produksi.

2) **Pengadaan Barang**

GA akan melakukan pengadaan barang sesuai kebutuhan yang telah diidentifikasi termasuk peralatan, perlengkapan, dan kebutuhan operasional lainnya

3) **Inventarisasi**

GA akan melakukan inventarisasi dan memastikan ketersediaan barang yang telah dibeli untuk digunakan dalam event

4) Persiapan Fasilitas

GA akan memastikan fasilitas tempat produksi, seperti studio, peralatan, dan fasilitas pendukung lainnya seperti tenaga support (OB & Driver)

B. Tahap Pelaksanaan :

1) Koordinasi Logistik

GA mengelola logistik event, seperti transportasi dan PU (Pembantu Umum)

2) Pemeliharaan Fasilitas

Memastikan fasilitas pendukung untuk kegiatan produksi berfungsi dengan baik, seperti listrik, ac dan studio tempat kegiatan berlangsung

3) Keamanan

GA memastikan keamanan saat proses produksi berlangsung dengan mengerahkan tenaga keamanan seperti security untuk berjaga disekitar lokasi yang sudah ditentukan

4) Kebutuhan Karyawan

GA memastikan kebutuhan karyawan yang terlibat terpenuhi, seperti makanan, minuman dan kebutuhan khusus lainnya yang sudah dikoordinasikan terlebih dahulu.

C. Evaluasi

1) Penilaian Kinerja

Mengevaluasi kinerja tenaga support dalam membantu berlangsungnya kegiatan produksi

3.3.2 Program

A. Pengertian Program

Dikutip dari jurnal W Ramdhani (2019) Program televisi adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audience*. Dengan demikian, program televisi adalah suatu bentuk produk yang dikonsumsi khalayak, maka dari itu mereka bersedia mengikuti semua program yang menarik dari stasiun televisi.

Menentukan jenis program berarti memilih atau menetapkan daya tarik dari program tersebut. Daya tarik yang dimaksud di sini adalah cara program dapat menarik perhatian penonton.

Setiap hari, stasiun televisi menampilkan banyak jenis program. Pada dasarnya, hampir semua hal dapat dijadikan tayangan asalkan program itu menarik bagi penonton dan tidak melanggar norma, hukum, serta aturan yang ada.

B. Format Program

Menurut Naratama (2013) Format televisi adalah sebuah rencana utama untuk konsep acara di televisi. Hal ini akan menjadi fondasi bagi penciptaan dan desain produksi, yang kemudian akan dibagi menjadi beberapa kriteria penting yang sesuai dengan tujuan dan sasaran penonton acara tersebut.

Berbagai jenis program dapat diklasifikasikan dalam dua kategori besar berdasarkan karakteristiknya, yaitu program informasi dan program hiburan. Program informasi kemudian dibagi menjadi dua tipe, yaitu berita keras, yang merupakan laporan teranyar yang harus segera disiarkan, dan berita ringan, yang menggabungkan fakta, gosip, serta pandangan. Di sisi lain, program hiburan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu musik, drama, dan pertunjukan

3.4 Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan mingguan telah dibuat untuk mengatur kegiatan magang secara efektif dan terarah. Rencana ini mencakup berbagai aspek administrasi dan operasional pada lingkungan kerja.

Pada bulan pertama di minggu pertama direncanakan untuk melakukan pertemuan pengenalan lingkungan dan membagi tugas kepada peserta magang untuk memberikan pemahaman awal tentang struktur organisasi dan ruang lingkup pekerjaan. Pada minggu kedua, direncanakan untuk melakukan rekap surat jalan dan plotting kendaraan yang akan digunakan untuk shooting produksi. Memasuki minggu ketiga, direncanakan pelaksanaan kegiatan yang berfokus pada pengurusan asuransi dan penjadwalan service kendaraan inventaris milik perusahaan, sebagai bentuk pemeliharaan aset secara berkala. Rencana pada minggu keempat meliputi pelaksanaan langsung service kendaraan sesuai kebutuhan dan hasil evaluasi dari jadwal sebelumnya.

Pada bulan kedua di minggu pertama direncanakan pengenalan sistem Oracle Finance kepada peserta magang sebagai bagian dari pemahaman terhadap sistem keuangan perusahaan. Minggu kedua akan diisi dengan kegiatan rekap surat jalan dan plotting kendaraan untuk shooting, sebagaimana kebutuhan produksi yang berulang. Memasuki minggu ketiga, direncanakan pelatihan dan praktik dalam proses pengajuan *Purchased Request* serta perencanaan penggunaan kendaraan. Rencana pada minggu keempat akan difokuskan pada proses permintaan *Purchased Order* yang diajukan kepada tim purchasing ataupun tim finance sebagai tindak lanjut dari permintaan pembelian yang telah direncanakan sebelumnya.

Pada bulan ketiga di minggu pertama akan dilakukan meeting pembagian tugas serta persiapan administrasi terkait rekap surat jalan dan plotting kendaraan shooting. Minggu kedua

direncanakan untuk pengenalan sistem GLPI sebagai sarana pelaporan dan pengelolaan aset berbasis teknologi informasi. Minggu ketiga dan keempat akan difokuskan pada pelaksanaan *stock opname* terhadap aset komputer perusahaan, yang bertujuan untuk mendata dan memverifikasi kondisi serta jumlah aset yang dimiliki secara akurat.

Pada bulan keempat di minggu pertama akan dilakukan koordinasi dalam bentuk meeting pembagian tugas serta pelaksanaan awal *stock opname* komputer. Kegiatan ini akan berlanjut pada minggu kedua dan ketiga, yang direncanakan berisi aktivitas *stock opname* lanjutan serta plotting kendaraan untuk kegiatan shooting. Di minggu keempat, kegiatan akan difokuskan pada rekap surat jalan dan finalisasi perencanaan kendaraan operasional, yang menjadi bagian penting dari dukungan logistik produksi.

BAB 4

Laporan dan Analisis

4.1 Laporan Kegiatan Magang

Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Meeting pengenalan lingkungan kerja dan pembagian tugas	Pengenalan lingkungan kerja, rekan kerja dan briefing
Minggu 2	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan untuk tim produksi & plotting kendaraan untuk shooting
Minggu 3	Mengerjakan asuransi & service kendaraan inventaris perusahaan	Pengajuan asuransi & service kendaraan ke bengkel vendor terpilih
Minggu 4	Pelaksanaan service kendaraan	Membawa mobil ke bengkel untuk service
Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Pengenalan sistem Oracle Finance	Pengenalan dan latihan untuk menggunakan sistem Oracle Finance
Minggu 2	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shootin	Rekap surat jalan kendaraan untuk tim produksi & plotting kendaraan untuk shooting
Minggu 3	Pengajuan Purchased Request & plotting kendaraan untuk shooting	Membuat Purchased Request untuk membeli barang kebutuhan produksi
Minggu 4	Permintaan Purchased Order untuk tim purchasing	Koordinasi dengan tim Purchasing terkait barang yang sedang dibeli
Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Meeting pembagian tugas, rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Weekly meeting dan briefing pembagian jobdesk
Minggu 2	Pengenalan sistem GLPI	Pengenalan sistem pengelola asset perusahaan
Minggu 3	Stock opname asset komputer	Ditugaskan untuk Stock opname asset komputer perusahaan

Minggu 4	Stock opname asset komputer	Melanjutkan Stock Opname asset komputer perusahaan
Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Meeting pembagian tugas & stock opname komputer	Weekly meeting & Stock opname asset komputer perusahaan
Minggu 2	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk shooting	Melanjutkan Stock Opname asset komputer perusahaan
Minggu 3	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk shooting	Melanjutkan Stock Opname asset komputer perusahaan
Minggu 4	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan untuk tim produksi & plotting kendaraan untuk shooting

Tabel 1 Laporan Kegiatan Magang

4.2 Pembahasan Topik Magang

4.2.1 Alur Kerja Tim General Affair

Dalam pembuatan sebuah karya produksi, tim General Affair dilibatkan dalam semua tahapan. Mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga paska produksi dengan fokus pada dukungan secara operasional maupun fasilitas. Tanggung jawab GA adalah untuk memastikan kegiatan produksi program tersebut berjalan dengan lancar dengan terus berkoordinasi perihal kebutuhan logistik, pengadaan barang, dan fasilitas penunjang lainnya.

Dalam prosesnya kegiatan tim ini dapat digambarkan dengan beberapa step yang diambil dari partisipasi aktif selama magang :

A. Tahap Persiapan :

Tim General Affair akan berkoordinasi dengan divisi lain khususnya dengan tim produksi dalam meeting yang dipimpin oleh tim produksi. Dalam meeting ini tim general affair berkontribusi dalam identifikasi kebutuhan logistik, peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh tim produksi. Dalam hal ini kaitannya dengan anggaran adalah kontribusi tim general affair dalam memberikan informasi dan juga saran terkait harga dan juga anggaran yang sebelumnya sudah disahkan dalam meeting pembuatan Rancangan Anggaran Biaya (RAB).

Setelah hasil meeting tersebut disetujui, tim General Affair akan bergerak dalam pengadaan barang sesuai kebutuhan yang telah diidentifikasi seperti pengadaan peralatan, perlengkapan, dan kebutuhan operasional lainnya

Tim General Affair akan melakukan inventarisasi dan juga memastikan ketersediaan barang yang telah dibeli untuk keperluan program tersebut dan berkoordinasi kembali dengan tim produksi perihal pencocokan data permintaan barang dari tim produksi sesuai dengan hasil meeting produksi sebelumnya.

Setelah semua peralatan siap dan lengkap, tim general affair akan berkoordinasi kembali dengan tim building management untuk memastikan fasilitas tempat produksi seperti studio dan fasilitas pendukung lainnya siap digunakan oleh tim produksi.

B. Tahap Pelaksanaan :

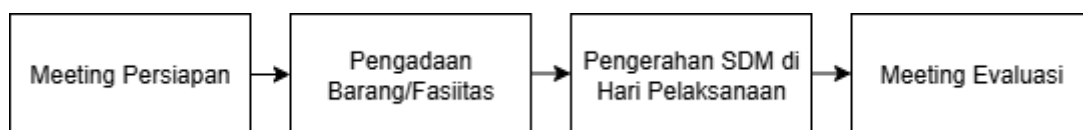
Pada tahap pelaksanaan di hari yang sudah ditentukan tim General Affair akan mengelola logistik event seperti penentuan driver yang ditugaskan untuk membantu transportasi selama program tersebut berjalan, menentukan berapa banyak OB yang dibutuhkan untuk membantu memelihara kerapihan dan kebersihan selama program tersebut berjalan., serta mengerahkan tenaga keamanan atau security untuk memastikan kemanan lingkungan dan keberlangsungan program tersebut.

Sebelum program mulai dijalankan atau pada saat shooting akan dimulai, tim General Affair akan memastikan kembali bahwa fasilitas yang sudah ditentukan aman dari segala macam hambatan dan melakukan clear area untuk mencegah adanya kesalah pahaman terkait scheduling atau penjadwalan untuk penggunaan fasilitas tersebut.

Setelah program berjalan, tim General Affair terus melakukan koordinasi dengan PIC terkait perihal keberlangsungan kondisi program tersebut. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya kesalah pahaman dan juga mengantisipasi kebutuhan mendadak yang segera dipenuhi atas dasar keperluan produksi

C. Evaluasi

Setelah program tersebut selesai dieksekusi atau event tertentu selesai dilaksanakan, alur kerja ataupun kegiatan General Affair selanjutnya adalah evaluasi kinerja tiap bagian. Hal ini membantu tim General Affair untuk terus berkembang setiap harinya karena kesalahan dan juga catatan dari kegiatan sebelumnya sudah dievaluasi dan dicari solusi atas masalah tersebut.



Gambar 4 Alur Kerja General Affair

4.2.2 Strategi Komunikasi Tim General Affair

Dalam pelaksanaan kegiatan produksi, tim General Affair menggunakan strategi komunikasi Fungsi Manajemen.

a) Planning (perencanaan)

Dalam pelaksanaan kegiatan pembuatan program televisi ada tahap pra produksi yang di dalamnya terdapat tahap production meeting, dalam tahap ini juga pembahasan tentang biaya ataupun anggaran produksi dilaksanakan. Tim General Affair mengambil bagian dalam meeting ini untuk membuat usulan ataupun masukan bagaimana cara efisiensi yang baik perihal biaya pendukung seperti biaya logistik yang harus dikeluarkan oleh tim produksi.

b) Organizing (pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan proses mengatur dan mengalokasikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya manusia diantara anggota organisasi, sehingga mereka dapat mencapai sasaran organisasi. Dalam hal ini fungsi General Affair adalah mengkoordinir tim support seperti OB & Driver untuk melakukan tugas mereka dalam membantu proses kegiatan produksi

c) Actuating (Penggerakan)

Gerakan adalah semua usaha, teknik, cara, dan metode yang digunakan untuk mendorong anggota organisasi agar mereka mau dan dengan senang hati bekerja sebaik mungkin untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif, efisien, dan ekonomis. Dalam fungsi ini, tim Urusan Umum akan memberikan pengarahan kepada para pegawai yang telah ditugaskan dalam perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya.

d) Controlling (Pengawasan)

Pengawasan atau kontrol adalah proses untuk menilai pencapaian, melakukan evaluasi, dan mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan agar hasilnya sesuai dengan rencana. Dalam fungsi ini, tugas tim General Affair adalah memantau kinerja tim dukungan yang sedang menjalankan tugas untuk mendukung proses produksi program.

Dengan menggunakan strategi komunikasi ini, tim General Affair dapat membantu tim produksi dalam pelaksanaan produksi program tersebut dengan cara berkontribusi selama program tersebut berjalan. Dengan strategi ini tim General Affair dapat mengawasi serta mengoreksi kinerja para staff yang tergabung dari awal berjalannya program sampai selesai dan meminimalisir kegagalan ataupun hambatan yang akan mengganggu jalannya produksi program tersebut.

4.2.3 Hambatan

Hambatan penulis sebagai Tim General Affair dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels adalah sebagai berikut :

- a. Sebelum dilakukannya shooting atau liputan, penulis sebagai Tim General Affair harus melakukan analisis terhadap apa saja kebutuhan yang diminta oleh tim produksi, hal ini menjadi hambatan karena kebutuhan yang diminta oleh tim produksi beberapa kali diluar anggaran yang direncanakan
- b. Saat pelaksanaan shooting atau liputan, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengawasi keberlangsungan kegiatan tersebut guna meminimalisir kesalahan tim support yang bertugas
- c. Saat pelaksanaan shooting atau liputan, penulis harus membagi fokus antara tanggung jawab kepada tim produksi dan juga tanggung jawab lain yang bersifat administratif
- d. Kendala pada ego masing – masing pihak biasa terjadi antara tim produksi yang keinginannya terkadang harus segera dipenuhi sementara tim support yang tersedia tidak memadai kuota yang dibutuhkan, sehingga penulis sebagai tim General Affair harus melakukan evaluasi dan menemukan solusi dalam waktu yang singkat

4.2.4 Solusi

Dalam menghadapi hambatan tersebut, penulis berusaha bersikap profesional dan menerapkan konsep strategi komunikasi yang dapat membantu penulis mengatasi hambatan tersebut. Berikut adalah solusi penulis dalam menghadapi hambatan tersebut:

- a. Sebagai Tim General Affair yang lebih memahami tentang kebutuhan tambahan yang diminta oleh tim produksi, tim General Affair akan mengadakan diskusi lebih lanjut untuk mengevaluasi hal apa yang bisa dikurangi demi menjaga efisiensi anggaran.
- b. Penulis dapat berkoordinasi dengan dua atau tiga orang sekaligus demi menjaga alur kerja tim dengan baik, dengan cara itu pengawasan kinerja tim support akan lebih terjaga dan waktu yang dibutuhkan akan bisa lebih dipersingkat
- c. Penulis sebagai tim General Affair juga dapat menunjuk PIC atau orang yang akan bertanggung jawab dilapangan diantara tim support untuk mendukung kerja ataupun tanggung jawab tim General Affair. Dengan cara ini penulis dapat melakukan tugas ataupun tanggung jawab yang lain sekaligus mendapatkan update situasi dari PIC yang sudah ditunjuk.
- d. Penulis sebagai tim General Affair harus mengerti cara berpikir dan juga perasaan dari tim produksi, dengan menggunakan cara ini diharapkan apa yang akan didiskusikan

mejadi diskusi yang sehat dan mendapatkan jalan keluar yang terbaik demi program bersama

4.3 Bukti Kegiatan Magang



Gambar 4 Bukti Kegiatan Magang

1. Gambar diatas merupakan kegiatan meeting Pra – Produksi, dimana dalam kegiatan ini penulis diminta untuk berpartisipasi dengan tujuan dapat memahami jalan berpikir dari tim produksi



Gambar 5 Bukti Kegiatan Magang

ANTARAWALAM KARYAWAN MNC CHANNELS SENIN MALAM 10 APRIL 2023									
NO	NAMA DRIVER	NO TLP	USER	DEPARTEMEN	TUJUAN	KEPERLUAN	JAM	NOPOL	NO SIK
5	SUPRIONO	08371855351	ADE	LIBRARY	BEKASI TIMUR			B 2460 PKG	2742
6			RATHI	MNC	KB JERUK	ANTARAWALAM	1:00		
9	TARMUJI	088979281552	MELZA	TRANSCRIPT	PRIBI			B 2505 PKG	2744
10			MEYZA	TRANSCRIPT	CILDUB				

SCHEDULE OPERASIONAL MNC CHANNEL SELASA PAGI 11 APRIL 2023									
1	HAERUDIN	081280105490	RIA / HIRMAN	MUSLIM TV / MNC MUSIK	MASJID RCTI / ST 6	SYUTING	9:00 - 10:00	B 2460 PKG	2726 - 2725
2	BURHANUDIN	087771193813	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 1566 PYA	2729
3	SANI	087896779710	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 157 MNC	2782
6	MUHDIN AB	08882211212	YULI	LIFE CHANNELS	RANGKAS BITUNG	SURVEY	9:00	B 158 MNC	2783
7	RAHMAT HIDAYAT	081316055126	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 1564 PYA	2784
8	USMAN	085693372787	WAHYU	LIFE STYLE	JAKARTA AREA	LIPUTAN	9:00	B 159 MNC	2785
9	KURNIALAH	083169703742	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 158 MNC	2786
13	FEBRI	08991579809	NOVAL	LIFE STYLE	PARK HYATT	SYUTING	9:00	B 1589 PYA	2788
14	INDRA	083560529094	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 2505 PKH	2789
15	RIDWAN	089320148808	HADI	HRD	MKS	MEETING	10:00	B 1591 PYA	2740

Gambar 6 Bukti Kegiatan Magang

2. Gambar diatas merupakan bukti kegiatan magang dimana penulis melaksanakan kegiatan administratif yaitu rekapitulasi surat jalan kendaraan dan juga pembuatan plotting kendaraan untuk shooting



Gambar 7 Bukti Kegiatan Magang

3. Gambar diatas merupakan bukti kegiatan magang dimana penulis melakukan controlling langsung kelapangan, pada saat program Runaway berlangsung penulis mendapat tugas untuk ikut hadir kelapangan untuk melakukan pengawasan dari pihak General Affair terkait keberlangsungan shooting program di luar area MNC Studios.

PT MNC Sky Vision										sportstars	
BUDGET SMC CUP 2024											
Badminton 27-28 Juli 2024 dan Futsal 21-22 September 2024											
COA	CODE MASTER ITEM	DESCRIPTION	Pax	Eps	Day	Rp	Before Tax		KETERANGAN		
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = (a) x (b) x (c) x (d)				
5112211		I RENT EQUIPMENT						3.000.000			
	IH110-02.001	Audio Set (Boom Mic)	1	2	1	1.500.000		3.000.000	CA (Purchasing w/ cash payment)		
5112217		II TRANSPORTASI & AKOMODASI						6.000.000			
	IH117-01.004	BBM, Tol & Parkir	6	2	2	250.000		6.000.000	CA		
5112208		III FREELANCE						5.760.000			
	IH107-02.002	Porter	4	2	2	120.000		1.920.000	CA (Sabtu-Minggu)		
	IH107-01.033	Security	2	2	2	120.000		960.000	CA (Sabtu-Minggu)		
	IH107-01.034	Lembur driver	6	2	2	120.000		2.880.000	CA (Sabtu-Minggu)		
5112222		IV MEDIA CENTER						10.000.000			
	IH122-04.008	Amplifie Filler iNews	1	2	1	5.000.000		10.000.000	Biaya tayang filler di iNews (30 detik)		
5112299		V MISCELLANEOUS						3.400.000			
	IH999-03.001	Pulsa/ voucher HP	2	2	1	100.000		400.000	CA (Produser & Support)		
	IH999-03.001	Pulsa Streaming	1	2	1	500.000		1.000.000	CA (Live streaming)		
	IH999-01.001	Logistik Umum	1	2	1	500.000		1.000.000	CA (Kopi, Teh, Gula, Gelas plastik)		
	IH999-01.002	Logistik Teknik	1	2	1	500.000		1.000.000	CA (Lakban & Baterai)		
TOTAL PRODUCTION COST								28.160.000			

Gambar 8 Contoh RAB

Gambar diatas merupakan contoh Rancangan Anggaran Biaya dari program special event SMC Cup 2024. RAB ini dibuat utuk memenuhi 2 event ditanggal berbeda dengan judul event yang sama, event pertama adalah event badminton pada tanggal 27 – 28 Juli 2024 dan event futsal pada tanggal 21 – 22 September 202

BAB 5

Simpulan dan Rekomendasi

5.1 Simpulan

Berdasarkan tujuannya, magang merupakan jembatan antara dunia pendidikan ke dunia kerja, yang dimana program yang diambil oleh mahasiswa biasanya akan memberikan banyak sekali pengalaman mengenai dunia kerja dan juga bisa menambah kemampuan yang sangat bermanfaat untuk dunia kerja bagi mahasiswa tersebut. Berdasarkan pengalaman penulis selama 4 bulan magang di MNC Channels sebagai staff *General Affair*, penulis bisa menyimpulkan beberapa hal terkait implementasi kerja magang di MNC Channels.

General affair merupakan pilar penting dalam efisiensi anggaran pada produksi program di MNC Channels. Selama penulis melakukan kegiatan magang di MNC Channels tim General Affair membuat kontribusi yang cukup signifikan dalam hal efisiensi anggaran yang pada akhirnya dikeluarkan, hal ini tidak lepas dari strategi komunikasi yang digunakan oleh tim General Affair dalam setiap alur kerja yang dilakukan.

Implementasi alur kerja General Affair juga sangat membantu berjalannya siklus produksi program di MNC Channels. Dengan alur kerja General Affair yang menggunakan strategi komunikasi POAC, General Affair dapat berkontribusi secara langsung dan mengawal keseluruhan proses kegiatan produksi program yang berlangsung sehingga dapat membantu untuk efisiensi anggaran tersebut.

Hambatan yang penulis rasakan ketika melakukan aktivitas magang di MNC Channels menjadi hambatan juga bagi para karyawan khususnya di tim General Affair, maka dari itu solusi yang penulis tuangkan di tulisan ini merupakan hasil dari diskusi langsung dengan seluruh tim General Affair yang sampai saat ini diterapkan dalam kinerja General Affair.

Selain itu aktivitas magang ini juga menjadi bekal pengalaman secara profesional. Penulis dapat menuangkan semua ilmu yang didapatkan di dalam kelas dan dipraktikan kembali dengan bimbingan seorang profesional dan juga lingkungan yang profesional

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan data penelitian, diskusi, serta pengalaman langunng penulis selama magang di MNC Channels sebagai bagian dari tim General Affair, terdapat beberapa hal yang dapat direkomendasikan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan anggaran produksi program, serta kinerja tim General Affair secara keseluruhan. Rekomendasi tersebut ditujukan untuk

pihak MNC Channels dan pihak lain yang terkait, rekomendasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan perencanaan anggaran yang lebih terstruktur. General Affair perlu melakukan koordinasi dan juga kerja sama yang lebih lanjut terkait penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB).
2. Penambahan tenaga pekerja pada tim di lapangan. Jumlah tim support perlu disesuaikan dengan jumlah pekerjaan yang sedang berjalan
3. Dokumentasi SOP yang jelas. SOP harus dibuat lebih terstruktur dan disosialisasikan dengan baik serta merata sehingga dapat digunakan sebagai acuan kerja seluruh tim support.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S., & Suharsimi. (2023). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi IV*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aslam, T. S., & Rovita, A. (2025). Pengaruh Kompetensi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bert Lighting Asia Jakarta Selatan. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/2491>.
- Cangara, H. (2020). *Edisi Revisi Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2021). *Edisi Kelima Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irwan, & Purnamasari, J. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor.
- Jalaluddin, R. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Khairunnisa, N. (2023, Maret 31). *Narasi TV*. Diambil kembali dari Narasi TV: https://narasi.tv/read/narasi-daily/general-affair-adalah#google_vignette
- Laksono, P. (2020). Risalah Teori - Teori Komunikasi Massa. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/view/3634>.
- Nugroho, D. S., & Indriyani, N. (2019). Peranan General Affair di Sebuah Hotel Studi Kasus : General Affair di Hotel The Westlake Resort Yogyakarta. <https://journal.uib.ac.id>, 24.
- Profil Perusahaan*. (2018). Retrieved from mncvision.id: <https://www.mncvision.id/content/corporate/company-profile>
- Purba, B., & Gasperz, S. (2020). Ilmu Komunikasi. *Sebuah Pengantar*, 2.
- Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2022). Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>.
- Ramin, M. (2023). Pentingnya Komunikasi Publik Dalam Pemasaran Produk. <https://altinriset.com/journal/index.php/toplama/article/view/31>.
- Yusuf, J. (2019). Manajemen Peserta Didik Perencanaan dan Pengorganisasian. <https://media.neliti.com/media/publications/411806-none-31c6c0dc.pdf>, 182.

**IMPLEMENTASI KERJA TIM *GENERAL AFFAIR* DALAM MENGELOLA
ANGGARAN PRODUKSI PROGRAM DI MNC CHANNELS**

LAPORAN MAGANG



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Nama : Fadhil Fabian Diwanata
NIM : 2071501221
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcast Journalism

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip, maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fadhil Fabian Diwanata

NIM : 2071501221

Tanda Tangan :

Tanggal :

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Budi Luhur, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadhil Fabian Diwanata

NIM : 2071501221

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Broadcast Journalism

Jenis Tugas Akhir : Laporan Magang

Menyatakan, demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui dan memberikan kepada Universitas Budi Luhur Hak Bebas Royalti Non eksekutif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “**Implementasi Kerja Tim General Affair Dalam Mengelola Anggaran Produksi Program Di MNC Channels**”, beserta perangkat lainnya dalam bentuk Hardcopy dan Softcopy).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Budi Luhur berhak menyimpan, mengalih mediakan/dalam format lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan :

(Fadhil Fabian Diwanata)

LEMBAR PERSETUJUAN

Setelah dilakukan bimbingan, maka proposal dengan judul “**Implementasi Kerja Tim General Affair Dalam Mengelola Anggaran Produksi Program Di MNC Channels**” yang diajukan oleh Fadhil Fabian Diwanata – 2071501221 disetujui dan siap untuk dipertanggung jawabkan di hadapan Penguji pada saat Sidang Tugas Akhir Penciptaan Karya Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur.

Dosen Pembimbing

Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fadhil Fabian Diwanata

Nomor Induk Mahasiswa : 2071501221

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Peminatan : Broadcast Journalism

Jenjang Studi : S1

Judul : **Implementasi Kerja Tim General Affair Dalam Mengelola Anggaran Produksi Program Di MNC Channels**

Diterima dan disetujui oleh tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur, Jakarta. Guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi.

Ketua Program Studi

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Artyasto Jatisidi, M.I.Kom

ABSTRAK

Penulisan laporan magang ini bertujuan untuk mengkaji alur kerja tim *General Affair* (GA) dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels. Dalam konteks industri media yang dinamis, pengelolaan anggaran produksi menjadi kunci keberhasilan dalam menyelesaikan proyek – produk siaran dengan efisien dan efektif. Melalui metode penelitian dengan cara partisipasi dan observasi langsung, data – data terkait alur kerja tim GA dan pengelolaan anggaran produksi dikumpulkan. Hasil penulisan laporan magang ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai alur kerja tim GA dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels. Implikasi praktis dari penulisan laporan magang ini dapat membantu perusahaan media lainnya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan anggaran produksi program mereka. Selain itu, penulisan laporan magang ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian – penelitian selanjutnya terkait manajemen keuangan di industri media.

Kata Kunci : *General Affair*, Alur Kerja, Anggaran Produksi, MNC Channels

ABSTRACT

This study aims to examine the workflow of the General Affair (GA) team in managing the production budget of programs at MNC Channels. In the context of the dynamic media industry, effective production budget management is key to successfully completing broadcast projects efficiently and effectively. Using a qualitative approach through interviews and direct observation, data related to the GA team's workflow and production budget management were collected. The results of this study are expected to provide deeper insight into the GA team's workflow in managing program production budgets at MNC Channels. The practical implications of this research may assist other media companies in improving the efficiency and effectiveness of their own production budget management. Additionally, this study may serve as a foundation for future research related to financial management in the media industry.

Keywords: General Affair, Workflow, Production Budget, MNC Channels

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Implementasi Kerja Tim General Affair dalam Mengelola Anggaran Produksi Program di MNC Channels**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Broadcast Journalism, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budiluhur.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc, selaku Rektor Universitas Budi Luhur Jakarta
2. Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Jakarta
3. Rini Lestari, M.I.Kom, selaku Kepala Sekretariat Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Jakarta
4. Dr. Umaimah Wahid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta
5. Artyasto Jastidi, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta
6. Benny Muhdaliha, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
7. Amin Aminudin, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
8. Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta
9. Dhika Purnama Putra, M.Sn, selaku Sekretaris Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur Jakarta
10. Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penulisan skripsi ini.
11. Pimpinan dan staf MNC Channels, khususnya tim General Affair, yang telah bersedia memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
12. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moral maupun material selama proses studi hingga penyusunan skripsi ini.
13. Childra Zafira sebagai kekasih sekaligus senior, yang selalu memberikan semangat dan sedikit kata – kata pedas nan membangun
14. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apa pun.

Penulis sebagai manusia biasa menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada manajemen kerja tim dan pengelolaan anggaran dalam industri media televisi.

DAFTAR ISI

Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Pengesahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
BAB 1 Pendahuluan.....	1
<u>1.1 Latar Belakang</u>	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	3
<u>1.3 Tujuan</u>	4
<u>1.4 Manfaat Magang</u>	4
BAB 2 Tinjauan Pustaka.....	5
<u>2.1 Kerangka Teoritis</u>	5
<u>2.1.1 Media Massa</u>	5
<u>2.1.2 Televisi</u>	6
<u>2.1.3 General Affair</u>	6
<u>2.1.4 Alur Kerja</u>	7
<u>2.1.5 Anggaran</u>	9
<u>2.1.6 Komunikasi Organisasi</u>	12
<u>2.1.7 Strategi Komunikasi</u>	13
<u>2.2 Kerangka Konseptual</u>	18
BAB 3 Metode Pengumpulan Data.....	20
<u>3.1 Deskripsi Tempat Magang</u>	20
<u>3.1.1 Sejarah MNC Group</u>	20
<u>3.1.2 MNC Channels</u>	21
<u>3.1.3 Visi & Misi</u>	22
<u>3.1.4 Program MNC Channels</u>	22
<u>3.1.5 Struktur Organisasi</u>	24
<u>3.2 Teknik Pengumpulan Data</u>	25
<u>3.3 Objek Magang dan Analisa Objek</u>	26
<u>3.3.1 General Affair</u>	26
<u>3.3.2 Program</u>	27
<u>3.4 Rencana Kegiatan</u>	28
BAB 4 Laporan dan Analisis	30
<u>4.1 Laporan Kegiatan</u>	30
<u>4.2 Pembahasan Topik Magang</u>	31

4.2.1	<u>Alur Kerja Tim General Affair</u>	31
4.2.2	<u>Strategi Komunikasi Tim General Affair</u>	32
4.2.3	<u>Hambatan</u>	33
4.2.4	<u>Solusi</u>	34
4.3	<u>Bukti Kegiatan Magang</u>	35
<u>BAB 5 Simpulan dan Rekomendasi</u>		38
5.1	<u>Simpulan</u>	38
5.2	<u>Rekomendasi</u>	38
<u>Daftar Pustaka</u>		40
<u>Lampiran</u>		41

Daftar Gambar

Daftar Gambar 1 Kerangka Konseptual	30
Daftar Gambar 2 Logo MNC Channels.....	34
Daftar Gambar 3 Struktur Organisasi.....	36
Daftar Gambar 4 Alur Kerja General Affair.....	44
Daftar Gambar 5 Bukti Magang.....	47
Daftar Gambar 6 Bukti Magang.....	47
Daftar Gambar 7 Bukti Magang.....	47
Daftar Gambar 8 Bukti Magang.....	48
Daftar Gambar 9 Bukti Magang.....	48

Daftar Tabel

Daftar Tabel 1.....	42
---------------------	----

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Morissan (2018) mengatakan Televisi adalah salah satu jenis media komunikasi massa yang menggabungkan audio dan visual. Pesan yang disampaikan melalui televisi seakan-akan dilakukan secara langsung dari pembicara, seperti presenter atau news anchor, kepada khalayak yang menyaksikan acara tersebut. Informasi yang disampaikan mudah dipahami karena suara yang jelas dan gambar yang terlihat dengan baik sehingga para audience nyaman dalam menerima informasi yang ada. Televisi menjadi pilihan utama bagi para pengiklan, yang juga dapat mendatangkan ketertarikan para pemasok dana untuk mengembangkan pertelevisian Indonesia. Saat ini, penonton layar kaca di Indonesia memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan banyak acara. Media televisi adalah industri yang memerlukan banyak modal, teknologi, dan tenaga kerja..

Dalam sebuah perusahaan televisi tentu saja tim produksi memiliki peranan yang sangat vital dalam kesuksesan perusahaan tersebut, mulai dari ide sampai tahap eksekusi ide tersebut merupakan tanggung jawab dan juga kinerja dari para tim produksi. Tetapi peran vital tersebut tidak hanya dipikul oleh tim produksi sendirian, peran tersebut dapat berjalan dengan baik dengan bantuan semua department yang ada dalam struktural organisasi termasuk department yang berfokus pada pekerjaan back office. Staff *back office* pada umumnya bertanggung jawab dalam mengurus segala macam laporan, pembukuan keuangan dan juga masalah administrasi, salah satu department yang dikategorikan sebagai *back office* adalah *Department General Affair*.

Dari (Nugroho & Indriyani, 2019) Salah satu tim yang berperan dalam produksi sebuah program adalah *General Affair* karena memiliki tanggung jawab yang besar dalam membantu berjalannya sebuah program. *General Affair* bisa dibilang sebagai bagian umum dari departemen dalam suatu perusahaan. Hampir setiap perusahaan lumrahnya memiliki departemen *General Affair* (GA) yang mendukung semua kegiatan operasional perusahaan. Fokus pekerjaan yang biasanya berada di bawah tanggung jawab *General Affair* adalah keamanan, layanan kebersihan, pengemudi, dan kurir.

Menurut Morissan (2018) Media adalah nama sistem komunikasi yang digunakan dalam studi komunikasi. Media biasanya dibagi menjadi dua kategori: media massa (misalnya, surat kabar, majalah, televisi, dan radio) dan media non-massa (misalnya, rapat dan seminar).

Irwan & Punamasari, J (2022) menyampaikan bahwa analisa koran dan tabloid juga menjelaskan segala informasi pada media. Juga, pada tulisan komunikasi tertua, dijelaskan bahwa bidang studi jurnalistik dan komunikasi massa dapat ditekankan pada sejarah, hukum, dan analisis media.

Media televisi adalah jenis media massa yang teratur, dan bersama radio serta film, termasuk dalam kategori media elektronik. Media elektronik adalah jenis media yang penyampaian pesannya sangat tergantung pada sumber energi listrik, yang berarti jika tidak ada listrik, pesan tidak dapat disampaikan.

Achmad (2014:65) sebagaimana yang dikutip oleh (Puspitasari & Danaya, 2022) mendefinisikan komunikasi sebagai proses transmisi dan pertukaran pesan. Pesan dapat berupa data, ide, perasaan, atau informasi yang berkaitan dengan orang lain. Dengan kata lain, komunikasi adalah tindakan berbagi informasi, pendapat, dan pemikiran dengan orang lain untuk mencapai pemahaman yang sama. Tindakan komunikasi bertujuan untuk mencapai makna yang sama dan sejalan dengan tujuan organisasi. Ini terkait dengan cara peristiwa komunikasi yang dipahami. Misalnya, apakah instruksi pemimpin telah dilaksanakan dengan baik, apakah kinerja karyawan benar, atau apakah mereka mencoba memberi tahu atasan tentang keluhan mereka, adalah contoh dari pemenuhan tujuan organisasi yang telah ditetapkan dengan komunikasi dan harapan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani yaitu "strategos", yang berarti "kepemimpinan militer", di mana "stratos" berarti tentara dan "ag" berarti memimpin. Ini merujuk pada tindakan yang dilakukan jenderal dalam merancang rencana untuk memenangkan pertempuran. Secara umum, strategi adalah pendekatan untuk meraih tujuan. Ini adalah rencana yang dirancang untuk jangka waktu panjang guna mencapai sasaran yang diinginkan. Strategi mencakup berbagai kegiatan penting yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Strategi adalah metode yang telah disiapkan dengan matang oleh seseorang atau sebuah kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya strategi, rencana dapat dilaksanakan dengan teratur dan terencana. Selain itu, memiliki strategi memungkinkan identifikasi kemungkinan lain dengan lebih cepat. Untuk menentukan strategi, komunikasi sangat penting. Di samping itu, komunikasi berfungsi sebagai penggerak dalam proses sosial yang menjadikan manusia sebagai makhluk sosial dan memungkinkan interaksi antar individu.

Cangara Hafied (2021) pada bukunya menjelaskan strategi komunikasi adalah perencanaan, cara, dan desain yang digunakan untuk membuat proses komunikasi berjalan

dengan baik, sehingga tujuan dapat tercapai. Tindakan ini dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan dan juga untuk menguraikan keadaan saat ini atau yang mungkin dihadapi di masa depan, supaya dapat mengurangi kemungkinan yang tidak sesuai dengan harapan perusahaan. Ini adalah sebuah desain yang dibuat untuk mempengaruhi perilaku manusia dalam skala lebih luas melalui penyebaran ide-ide baru.

Setiap individu memiliki kebutuhan serta ruang lingkup struktur yang disesuaikan dengan ukuran dan kebutuhan organisasi. Seorang staff *General Affair* memiliki banyak tugas dan biasanya terbagi lagi tanggung jawabnya sesuai dengan peran yang diberikan. Tiap bagian dikepalai oleh seorang *Team Leader* yang nantinya bertanggung jawab dalam mengatur dan juga mengawasi kinerja para staff sesuai target yang diberikan oleh manager department.

Kemampuan dan keahlian kita sebagai mahasiswa harus profesional dalam mempelajari industri kedepannya melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Ilmu pengetahuan dan wawasan ini bisa kita dapatkan selama di perkuliahan. Tetapi jika ingin mendapatkan pengalaman yang lebih seperti soft skill yang lebih maka kita harus melakukan penerapan ilmu pengetahuan secara langsung melalui Kuliah Kerja Lapangan. Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan melibatkan pengembangan materi pembelajaran di kelas. Hal ini sangat penting dan strategis untuk studi mata kuliah dalam Program Studi yang memerlukan banyak penelitian di lapangan.

1.2 Rumusan Tema

Berdasarkan pendahuluan dan juga latar belakang yang sudah penulis tuliskan, permasalahan yang dirumuskan berdasarkan kegiatan magang adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi alur kerja tim *General Affair* dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels?
2. Apa saja hambatan dan solusi *General Affair* dalam membantu berjalannya sebuah program televisi khususnya di MNC Channel?

1.3 Tujuan Magang

Sesuai dengan rumusan di atas, tujuan penulis melakukan kegiatan magang ini sebagai berikut:

1. Menjelaskan implementasi alur kerja tim *General Affair* dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels

2. Menjelaskan hambatan dan solusi *General Affair* dalam membantu berjalannya sebuah program televisi khususnya di MNC Channel

1.4 Manfaat Magang

Manfaat yang penulis dapat ketika magang di MNC Channel yaitu sebagai berikut:

A. Aspek Praktis :

Manfaat praktis yang saya dapatkan sebagai pemegang di MNC Channels sebagai General Affair adalah mendapatkan ilmu serta gambaran spesifik khususnya mengenai bagaimana alur kerja dalam terapannya terhadap tugas dan tanggung jawab General Affair terutama dalam hal efisiensi anggaran produksi program

B. Aspek Teoritis :

Laporan magang ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah literatur serta kontribusi akademik mahasiswa/mahasiswi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif pada konsentrasi Broadcasting Journalism dan memberikan gambaran mengenai pengembangan teori Strategi Komunikasi POAC dari George R Terry

BAB 2

Tinjauan Pustaka

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Media Massa

Menurut Cangara (2003:134), Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke khalayak. Di sisi lain, media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (penerima) melalui alat komunikasi mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

Media umumnya merupakan sarana penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan media massa adalah jenis media yang menggunakan teknologi atau alat komunikasi mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film untuk menjangkau audiens yang lebih luas pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, media massa sangat penting dalam proses komunikasi publik karena mereka dapat menyampaikan informasi dengan cepat.

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi memiliki tempat jangkauan yang jauh dan tertuju pada jumlah banyak. Surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop adalah media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, yang bekerja dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi, atau dengan kata lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

Keuntungan komunikasi melalui media massa adalah bahwa mereka menciptakan kesamaan yang merata dalam hal pembagian informasi, yang berarti bahwa suatu pesan dapat diterima oleh sejumlah besar komunikan atau audiens. Oleh karena itu, untuk menyebarkan informasi, media massa memiliki kemampuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan cara berkomunikasi. Selain itu media massa juga memiliki tugas utama untuk menyebarkan informasi dan mengiklankan barang dan jasa (Effendy, 2000)

Ciri dari media massa memang pada dasarnya tidak diciptakan untuk komunikasi yang bersifat secara langsung, mudah diakses, memuat hal – hal yang bersifat umum dan banyak orang ingin ketahui.

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang dahulunya tidak beradab dapat berubah menjadi masyarakat yang lebih beradab. Ini terjadi karena media massa memiliki

jaringan yang luas dan massal, yang memungkinkan masyarakat yang membaca tidak hanya menjadi individu-individu yang membaca, tetapi juga menjadi kelompok orang yang membaca.

2.1.2 Televisi

Menurut Cangara (2002), yang dikutip oleh NM Fursitin (2018) televisi adalah sistem visual yang memungkinkan dikirimkannya citra-citra visual yang disertai dengan suara sebagai gelombang elektromagnetik yang kemudian diubah kembali menjadi citra-citra visual oleh peralatan penerima yang dinamakan pesawat televisi.

Televisi memiliki fitur unik dibandingkan dengan media massa lainnya. Televisi adalah gabungan dari media dengar dan gambar. Bisa informatif, hiburan, atau bahkan pendidikan. Dari ketiga komponen sebelumnya, selama bertahun-tahun televisi telah menjadi sumber citra dan pesan tersebar yang sangat besar.

Selama bertahun-tahun, televisi telah menjadi media massa yang paling populer untuk hiburan dan informasi. Televisi dapat menghasilkan acara audio visual seperti film, musik, sinetron, variety show, reality show, dan acara lainnya yang melibatkan selebriti yang disukai khalayak. Dalam hal olahraga, orang dapat menonton berbagai pertandingan tanpa harus pergi ke stadion. Selain itu, siaran informasi, baik berita maupun informasi lainnya, memiliki daya tarik tersendiri karena dapat disiarkan secara langsung dari lokasi kejadian, yang sebelumnya dianggap tidak menarik. Karena hal itu televisi telah menjadi media promosi utama oleh industri untuk memasarkan produk barang dan jasa mereka selama puluhan tahun bahkan selama hampir satu abad di Indonesia.

2.1.3 General Affair

A. Pengertian *General Affair* (GA)

Khairunnisa, N (2023) pada jurnalnya mengatakan, General Affair (GA) merupakan bagian dalam perusahaan yang mengurus berbagai aspek administratif dan operasional. Tugas staf GA biasanya berhubungan dengan kebutuhan kantor seperti izin, perjalanan resmi, pengelolaan bangunan dan fasilitas, serta pengelolaan dokumen dan arsip.

B. Tugas *General Affair* (GA)

Pekerjaan yang dilakukan oleh General Affair berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari dan situasi mendesak di perusahaan. Tugas utama GA adalah menyediakan layanan untuk semua bagian perusahaan agar segala aktivitas berjalan lancar. Berikut adalah beberapa tanggung jawab yang diemban oleh staf GA:

1. Pengadaan barang dan fasilitas perusahaan
Perusahaan memiliki barang atau aset seperti printer atau laptop yang tentu saja memiliki batas waktu pemakaian. Tugas GA adalah memastikan bahwa proses penggantian barang-barang tersebut berjalan baik, mulai dari pengajuan, pemilihan penyedia, hingga pengadaan barang..
2. Inventarisasi alat dan fasilitas perusahaan
GA memiliki tugas untuk melakukan pendataan atau inventaris aset perusahaan. Tujuan dari inventarisasi adalah untuk memahami jumlah, kondisi, dan kelayakan aset, sehingga kita dapat menentukan waktu yang tepat untuk mengganti fasilitas.
3. Perawatan dan pemeliharaan aset perusahaan
Tugas GA berikutnya adalah merawat, memelihara, dan mengawasi fasilitas perusahaan yang telah diperoleh. Tujuan dari tindakan ini adalah agar aset tetap layak dan umur pakainya bisa diperpanjang.
4. Mengurus perizinan
Tim GA memiliki tanggung jawab untuk menangani semua jenis izin yang diperlukan oleh perusahaan. Izin-izin ini mencakup legalitas perusahaan, pengadaan proyek, konstruksi, dan berbagai bentuk izin lainnya.
5. Membuat SOP
Untuk memastikan bahwa fasilitas perusahaan terjaga dengan baik, GA perlu menyusun prosedur yang jelas mengenai perawatan, pemeliharaan, dan cara penggunaan fasilitas kantor.
6. Berkomunikasi dengan pihak luar
Tugas seorang staff GA juga mencakup urusan di luar perusahaan. Staff GA harus memelihara hubungan yang baik dan berkomunikasi dengan berbagai pihak seperti vendor, supplier, pemerintah daerah, organisasi masyarakat, dan aparat keamanan.

2.1.4 Alur Kerja

A. Pengertian Alur Kerja

Arikunto, S., & Suharsimi. (2023) menjelaskan proses kerja merujuk pada urutan langkah-langkah yang diambil oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya, bukan hanya sekedar daftar langkah. Proses penelitian lebih mengarah pada penataan atau hubungan metodologi yang saling berhubungan. Dengan demikian, ini merupakan suatu langkah terencana yang dijalankan secara sistematis oleh seorang pekerja dalam menyelesaikan tugas, dan bukan sekedar urutan saja. Salah satu tujuannya adalah untuk menjaga konsentrasi pada

permasalahan dan mempermudah pencapaian tujuan kerja. Diharapkan juga dapat menjaga hubungan dan kesinambungan di setiap tahap pekerjaan.

B. Fungsi Alur Kerja

Dikutip dari jurnal Aslam, T. S., & Rovita, A. (2025) alur kerja merupakan sebuah dokumen yang mencakup serangkaian petunjuk tertulis yang telah distandarisasi terkait dengan berbagai prosedur dalam administrasi kantor. Dokumen ini menjelaskan cara melaksanakan tugas, waktu yang tepat untuk dilakukan, lokasi kegiatan, serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses tersebut.

Fungsi alur kerja sebagai berikut :

1. Untuk menjaga konsistensi tingkat penampilan kinerja atau kondisi tertentu dan keamanan petugas dan lingkungan dalam melaksanakan sesuatu tugas atau pekerjaan tertentu.
2. Sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan tertentu bagi sesama pekerja, dan pimpinan
3. Untuk menghindari kegagalan atau kesalahan (dengan demikian menghindari dan mengurangi konflik), keraguan, duplikasi serta pemborosan dalam proses pelaksanaan kegiatan
4. Merupakan parameter untuk menilai mutu pelayanan
5. Untuk lebih menjamin penggunaan tenaga dan sumber daya secara efisien dan efektif
6. Untuk menjelaskan alur tugas, wewenang dan tanggung jawab dari petugas yang terkait

C. Alur Kerja Yang Baik

Membuat alur kerja harus mengikuti beberapa prinsip, yaitu kemudahan dan kejelasan, efisiensi dan efektivitas, dapat diukur, keselarasan, berfokus pada pengguna, fleksibilitas, mematuhi hukum, dan memberikan kepastian hukum. Di bawah ini adalah beberapa metode untuk menciptakan alur kerja yang baik:

1. Konsisten

Alur kerja harus dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu, oleh siapapun, dan dalam situasi apapun oleh seluruh jajaran organisasi.

2. Komitmen

Proses kerja perlu dijalankan dengan dedikasi penuh oleh semua karyawan, mulai dari posisi terendah hingga yang paling tinggi.

3. Perbaikan Berkelanjutan

Pelaksanaan alur kerja harus terbuka terhadap penyempurnaan untuk memperoleh prosedur yang benar – benar efektif dan efisien

4. Mengikat

Alur kerja sifatnya harus mengikat pelaksana dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan

5. Seluruh Unsur Memiliki Peran Penting

Seluruh pegawai memiliki peran dalam setiap prosedur yang telah distandarkan. Jika pegawai tersebut tidak melaksanakan peranannya dengan baik, maka proses produktivitas dalam suatu organisasi atau sebuah perusahaan akan terganggu

6. Terdokumentasikan Dengan Baik

Seluruh prosedur yang telah distandarkan harus didokumentasikan dengan baik, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi bagi setiap orang yang membutuhkan

2.1.5 Anggaran

A. Pengertian Anggaran

Anggaran adalah alat akuntansi yang bisa mendukung pemimpin perusahaan dalam merencanakan dan mengawasi kegiatan perusahaan. Rencana tersebut menunjukkan cara-cara sumber daya yang diperkirakan akan didapatkan dan digunakan dalam jangka waktu tertentu..

Anggaran berfungsi untuk mengarahkan suatu kegiatan dan berperan sebagai alat untuk membandingkan hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan, sehingga pelaksanaan tetap terkontrol. Anggaran merupakan dokumen tertulis yang merinci aktivitas suatu organisasi dalam bentuk angka untuk periode tertentu dan biasanya dinyatakan dalam uang.

B. Karakteristik Anggaran

Menurut Indra Bastian (2010) dalam bukunya menyebutkan karakteristik anggaran terdiri dari :

1. Budget yang disebutkan dalam ukuran uang dan ukuran bukan uang
2. Anggaran biasanya mencakup periode waktu tertentu, yaitu satu tahun atau lebih.
3. Rencana keuangan yang menunjukkan niat atau kemampuan pemimpin untuk mencapai target yang telah ditentukan.
4. Usulan anggaran yang telah diperiksa dan mendapatkan persetujuan dari pihak yang lebih tinggi daripada penyusun anggaran.
5. Anggaran yang sudah dibuat bisa diubah hanya pada keadaan tertentu.

C. Jenis – Jenis Anggaran

Menurut Rudianto (2009) dalam bukunya, anggaran perusahaan terdiri dari berbagai jenis anggaran sebagai berikut :

1. Anggaran Operasional

Rencana kerja yang dikenal sebagai anggaran operasional mencakup semua kegiatan penting yang dilakukan untuk menghasilkan pendapatan dalam periode waktu tertentu. Dengan demikian, anggaran operasional terbagi menjadi :

a. Anggaran Pendapatan

Anggaran pendapatan adalah dokumen yang disusun oleh perusahaan untuk menggapai pendapatan dalam periode waktu tertentu.

b. Anggaran Biaya

Biaya anggaran adalah rencana pengeluaran yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan pendapatan yang telah direncanakan. Anggaran biaya dapat dikelompokkan menjadi :

1. Anggaran untuk biaya tenaga kerja langsung merupakan perkiraan total pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar biaya tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi selama periode tertentu di masa yang akan datang.
2. Anggaran untuk pengeluaran overhead adalah rencana total mengenai biaya produksi selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
3. Anggaran untuk pemasaran merupakan suatu rencana mengenai jumlah uang yang akan dihabiskan oleh perusahaan untuk mendistribusikan produk-produk mereka.
4. Rencana pengeluaran untuk administrasi dan biaya umum adalah anggaran yang ditetapkan untuk kegiatan kantor administratif dalam jangka waktu tertentu di masa depan.

c. Anggaran Laba

Rencana keuntungan adalah jumlah laba yang perusahaan harapkan untuk diperoleh dalam suatu periode tertentu di masa depan. Rencana keuntungan ini sebenarnya adalah kombinasi dari rencana pendapatan dan rencana biaya.

d. Anggaran Keuangan

Anggaran keuangan adalah anggaran yang mendukung rencana untuk kegiatan operasional perusahaan. Anggaran ini tidak langsung berhubungan dengan proses perusahaan dalam memproduksi dan memasarkan barang. Sebagai pendukung, anggaran ini bertujuan untuk

membantu perusahaan dalam memproduksi dan memasarkan barang. Dalam anggaran keuangan terdapat berbagai jenis anggaran, yaitu:

- 1) Anggaran investasi adalah rencana perusahaan untuk membeli barang – barang modal atau barang – barang yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk perusahaan dimasa mendatang dalam jangka panjang, seperti pembelian dan pembangunan gedung kantor, bangunan pabrik, pembelian mesin, pembelian tanah dan sebagainya
- 2) Anggaran Kas adalah rencana aktivitas penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan di dalam suatu periode tertentu, beserta penjelasan tentang sumber – sumber penerimaan dan pengeluaran kas tersebut
- 3) Proyeksi Neraca adalah kondisi keuangan yang diinginkan perusahaan di dalam suatu periode tertentu dimasa mendatang. Berarti, dalam proyeksi neraca tersebut mencakup jumlah harta ingin dimiliki perusahaan beserta kewajiban – kewajiban yang harus diselesaikan perusahaan dimasa mendatang.

D. Fungsi Anggaran

Menurut Mardiasmo (2009) dalam bukunya anggaran memiliki beberapa fungsi utama, yaitu :

1. Anggaran Sebagai Alat Perencanaan (*Kegiatanning tool*)

Anggaran sektor publik dibuat untuk merencanakan tindakan apa yang akan dilakukan oleh sektor publik dari belanja perusahaan tersebut

2. Anggaran Sebagai Alat Pengendalian (*control tool*)

Anggaran berfungsi sebagai alat pengendalian agar pengeluaran tidak berlebihan dan dana tidak digunakan secara tidak tepat pada bagian lain yang bukan menjadi prioritas dalam alokasi anggaran.

Pengendalian anggaran publik dapat dilakukan melalui empat cara, yaitu:

- a. Membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang dianggarka
- b. Menghitung selisih anggaran
- c. Menemukan penyebab yang dapat dikendalikan (*controllable*) dan tidak dapat dikendalikan (*uncontrollable*) atas suatu varians
- d. Merevisi standar biaya atau target anggaran untuk tahun berikutnya

3. Anggaran Sebagai Alat Kebijakan Fiskal (*fiscal tool*)

Anggaran berfungsi sebagai alat untuk kebijakan fiskal pemerintah untuk menstabilkan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Anggaran publik menentukan garis besar kebijakan

fiskal pemerintah, yang memungkinkan untuk membuat prediksi dan estimasi tentang kondisi ekonomi.

4. Anggaran Sebagai Alat Koordinasi dan Komunikasi (*coordination and communication tool*)

Anggaran publik berfungsi sebagai alat untuk koordinasi antar bagian pemerintah. Anggaran publik yang disusun dengan baik dapat mendeteksi ketika suatu unit kerja tidak sejalan dalam mencapai tujuan organisasi. Untuk memastikan pelaksanaannya, anggaran publik harus dikomunikasikan ke seluruh bagian organisasi.

5. Anggaran Sebagai Alat Penilaian Kerja (*performance measurement tool*)

Anggaran adalah bentuk komitmen eksekutif dan legislatif kepada pemberi wewenang. Pencapaian target anggaran dan efisiensi pelaksanaan anggaran menentukan kinerja manajer publik. Anggaran berguna untuk penilaian dan pengendalian kinerja.

2.1.6 Komunikasi Organisasi

A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Kata komunikasi diambil dari bahasa Latin, dari kata *comunis* yang berarti sama. Dari istilah *comunis*, muncul kata kerja *kommunicare*, yang berarti menyebarkan atau memberi tahu. Dengan demikian, jika melihat dari asal katanya, komunikasi berarti memberi tahu atau menyebarkan informasi kepada orang lain untuk mencapai pemahaman yang serupa.

Menurut Jalaluddin, R. (2018) dalam bukunya komunikasi merupakan aktivitas yang melibatkan pengaturan ide atau informasi dari satu individu ke individu lainnya. Dalam proses ini, yang diperlukan tidak hanya kata-kata yang diucapkan saat berbicara, tetapi juga melibatkan ekspresi wajah, nada suara, dan berbagai elemen vokal lainnya. komunikasi adalah suatu proses tukar menukar informasi dan transmisi dari suatu arti, dan semuanya itu merupakan sesuatu yang sangat penting di dalam suatu organisasi.

Dari beberapa pendapat yang telah disebutkan, bisa disimpulkan bahwa komunikasi adalah cara untuk menyampaikan informasi dari seorang komunikator kepada komunikan atau pengirim informasi dari satu pihak ke pihak lainnya untuk mencapai saling pengertian. Dengan kata lain, organisasi adalah sebuah proses di mana satu atau lebih orang berkumpul untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Proses ini menghasilkan keluaran, dan keluaran tersebut dilaksanakan oleh individu yang memiliki kualitas baik.

Ramin, M. (2023) dalam jurnalnya mengatakan komunikasi di dalam suatu organisasi adalah salah satu tindakan manajerial yang sangat penting. Tanpa adanya komunikasi, sebuah organisasi tidak dapat menjalankan alur komando yang telah ditetapkan. Dalam komunikasi, setidaknya ada dua aktivitas yang berlangsung, yaitu pembuatan pesan dan penafsiran pesan. Pesan tersebut bisa disampaikan dalam bentuk verbal maupun non-verbal. Pesan yang disampaikan memiliki makna simbolis, sehingga penerima harus dapat memahami arti pesan tersebut. Komunikasi organisasi dapat dijelaskan sebagai proses penyampaian atau pesan dan pengertian pesan di antara unit komunikasi yang termasuk dalam suatu organisasi tertentu. Dalam suatu organisasi, komunikasi berlangsung baik secara formal maupun informal, dan berada dalam jaringan yang lebih luas dibandingkan komunikasi kelompok. Dengan demikian, organisasi dapat dianggap sebagai kumpulan dari berbagai kelompok. Komunikasi organisasi juga sering melibatkan interaksi antar pribadi dan kadang-kadang komunikasi publik. Komunikasi formal mengikuti struktur organisasi, yang mencakup komunikasi yang mengalir ke bawah, ke atas, dan secara horizontal. Sementara komunikasi informal tidak terikat oleh struktur organisasi.

2.1.7 Strategi Komunikasi

A. Pengertian Komunikasi

Purba, B., & Gasperz, S. (2020) dalam bukunya menjelaskan secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari kata Latin "communis", yang berarti "sesuatu yang sama". Secara terminologis, komunikasi adalah proses menyampaikan pernyataan kepada orang lain. Laksono, P. (2020) menjelaskan bahwa para ahli telah menetapkan banyak definisi komunikasi. Ada tiga cara untuk memahami komunikasi. Pertama, komunikasi dianggap sebagai tindakan sepihak; kedua, komunikasi dianggap sebagai interaksi; dan ketiga, komunikasi dianggap sebagai transaksi. Komunikasi sebagai tindakan sepihak adalah proses pengiriman pesan yang mengalir dari sumber ke penerima melalui beberapa komponen. Di sisi lain, komunikasi dianggap sebagai interaksi adalah proses sebab-akibat di mana terjadi interaksi timbal balik. Menurut Pearson dan Nelson, komunikasi sebagai transaksi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara orang yang mengirim dan orang yang menerima pesan.

B. Perencanaan Komunikasi

Cangara, H. (2020) menjelaskan perencanaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan kesadaran dan secara berkelanjutan serta dikelola untuk menentukan pilihan terbaik dari berbagai opsi yang ada untuk mencapai sasaran tertentu. John Middleton menjelaskan

bahwa perencanaan komunikasi ialah suatu proses dalam mendistribusikan sumber daya komunikasi guna mencapai sasaran organisasi. Sementara itu, Robin Mehall menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang menjelaskan langkah-langkah yang harus diambil terkait komunikasi untuk mencapai sasaran, metode yang akan digunakan untuk mencapainya, audiens yang menjadi target program komunikasi, alat yang diperlukan, dan batas waktu di mana hal itu dapat tercapai.

Dari definisi di atas dapat ditarik beberapa pokok pikiran yang ada di dalamnya, yaitu :

- a. Strategi komunikasi yang disengaja
- b. Perencanaan komunikasi didokumentasikan.
- c. Perencanaan komunikasi adalah penerapan—aplikasi seni dan ilmu komunikasi.
- d. Perencanaan komunikasi melibatkan aktivitas manusia yang berurutan dari satu proses ke proses berikutnya.
- e. Memiliki tujuan yang ingin Anda capai dalam waktu tertentu
- f. Perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut.
- g. Pengukuran hasil diperlukan untuk perencanaan komunikasi.

Yusuf, J. (2019) menjelaskan bahwa pendekatan perencanaan pada dasarnya dapat dilakukan dengan cara :

1. Pendekatan yang komprehensif dan rasional dalam perencanaan merupakan cara perencanaan yang didasarkan pada suatu kebijakan umum. Kebijakan ini merumuskan tujuan yang ingin dicapai secara keseluruhan.
2. Metode perencanaan yang dipilih adalah suatu cara yang menganggap elemen-elemen dari kebijakan umum yang secara langsung berhubungan dengan aspek atau bagian yang diberi prioritas.

Perencanaan komunikasi bertujuan untuk mengatasi berbagai hambatan yang ada agar komunikasi bisa efektif. Dari segi fungsi dan manfaatnya, perencanaan ini penting untuk menerapkan berbagai program yang ingin dicapai, baik itu dalam hal citra, pemasaran, penyebaran ide, kemitraan, maupun pengembangan infrastruktur komunikasi. Secara sederhana, perencanaan komunikasi selalu berkaitan dengan cara menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam konteks yang lebih luas, perencanaan komunikasi sangat penting untuk merancang strategi demi keberhasilan program-program yang berskala nasional. Rencana kerja perusahaan yang disebut anggaran operasional meliputi semua aktivitas penting yang

dilakukan untuk mendapatkan pendapatan dalam jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, anggaran operasional terdiri dari:

3. Strategi Komunikasi

Cangara, H. (2021) menjelaskan tentang Strategi pada dasarnya merupakan proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu sasaran. Untuk mencapai sasaran itu, strategi tidak hanya berperan sebagai petunjuk arah, namun juga harus dapat menjelaskan bagaimana tindakan operasionalnya. Hal ini juga berlaku pada strategi komunikasi, yang menggabungkan perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi untuk meraih tujuan yang sudah ditentukan.

Strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu :

- a. Menyampaikan pesan komunikasi yang informatif, persuasif, dan instruktif dengan cara yang terencana kepada target agar mencapai hasil yang terbaik.
- b. Menyatukan perbedaan budaya yang muncul dari akses yang mudah dan penggunaan yang sederhana terhadap media massa yang sangat kuat ini, jika tidak ditangani akan merusak nilai – nilai budaya. (Purba, B., & Gasperz, S. 2020)

4. Komponen – komponen dalam strategi komunikasi

Komunikasi adalah proses yang kompleks dan juga rumit. Untuk membuat rencana komunikasi yang baik, penting untuk memikirkan dengan jelas tentang faktor – faktor yang mendukung dan yang menghalangi. Sebaiknya dalam rencana tersebut juga diperhatikan elemen – elemen komunikasi serta faktor – faktor yang mendukung dan menghambat pada setiap elemen tersebut. Proses ini dimulai dari komunikasi sebagai tujuan komunikasi, diikuti oleh media, pesan, dan komunikator

- a. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum memulai komunikasi, penting untuk mengetahui terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi target pesan tersebut.

- b. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, seseorang bisa memilih satu media atau kombinasi dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang ingin diraih, pesan yang ingin disampaikan, dan metode yang akan diterapkan.

- c. Pengkajian tujuan pesan

Pesan dalam komunikasi memiliki tujuan tertentu, seperti memilih teknik yang akan dipakai, isi yang ingin disampaikan, dan bahasa yang perlu digunakan.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Ada dua faktor yang penting dan perlu diperhatikan pada diri komunikator saat ia menyampaikan pesan, yaitu :

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator yang sukses dalam berkomunikasi dapat mengubah sikap, pandangan, dan perilaku orang lain melalui daya tarik, asalkan ada rasa kesamaan antara dirinya dan komunikan. Hal ini membuat komunikan lebih cenderung untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang dapat membuat komunikasi sukses adalah adanya kepercayaan dari penerima pesan kepada pengirim pesan. Kepercayaan ini berkaitan erat dengan profesi atau keterampilan yang dimiliki oleh pengirim pesan.

5. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi juga merupakan kombinasi antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Komunikasi ini harus mampu menjelaskan cara pelaksanaannya secara praktis, yang berarti bahwa pendekatan bisa berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada.

- a. *To secure understanding*, untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi
- b. *To establish acceptance*, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik
- c. *To motive action*, penggiatan untuk memotivasinya
- d. *The goals which the communication sought to achieve*, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Tujuan dalam komunikasi adalah untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan berjangka panjang, bahkan bisa jadi abadi. Dari penjelasan tersebut, kita bisa menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi adalah cara untuk mencapai tujuan. Dalam mencapai tujuan ini, strategi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah, tetapi juga harus dapat menjelaskan bagaimana cara operasionalnya.

Strategi komunikasi meliputi pembuatan program-program yang bertujuan untuk mempengaruhi dan mendorong perubahan yang diinginkan secara sukarela dalam kelompok target dan pihak-pihak yang relevan, agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Ada lima elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan komunikasi yang dikenal sebagai five management communication decision. Elemen-elemen tersebut mencakup

audiens, perilaku, pesan, media, dan umpan balik. Audiens berkaitan dengan individu atau kelompok yang akan menerima pesan atau menjadi target komunikasi. Perilaku berhubungan dengan harapan yang diinginkan dari audiens setelah komunikasi berlangsung, pesan menyangkut tema atau informasi yang ingin disampaikan, media mencakup saluran yang tepat untuk digunakan, dan umpan balik berkaitan dengan cara memastikan bahwa pesan diterima dengan baik.

6. Fungsi Manajemen

Dikutip dari jurnal Yusuf, J. (2019) Terdapat 4 fungsi manajemen, yang dalam dunia manajemen dikenal sebagai POAC yaitu: *Planing* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan/pengarahannya), dan *controlling* (pengendalian).

a. *Planing* (perencanaan)

Perencanaan adalah suatu usaha yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan keputusan yang telah dipikirkan dengan baik mengenai hal-hal yang akan dilakukan di masa mendatang, di dalam dan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tahap awal dalam perencanaan adalah menentukan tujuan organisasi. Setelah itu, tujuan ditetapkan untuk setiap bagian dari organisasi seperti divisi, departemen, dan lain-lain. Setelah semua tujuan ditentukan, program dibuat untuk mencapai tujuan secara terstruktur.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses mengatur pekerjaan, wewenang, dan sumber daya manusia di antara anggota organisasi sehingga mereka dapat mencapai tujuan atau tujuan organisasi.

Dengan menyusun sebuah rencana, pelaksanaannya akan lebih mudah karena tindakan dalam rencana tersebut sudah dibagi menjadi tugas-tugas yang jelas. Pembagian tugas ini bisa mencegah penumpukan pekerjaan pada satu individu, yang jika terjadi akan memberikan beban berat dan menimbulkan kesulitan. Terkait dengan fungsi pengorganisasian ini, Amita Etzioni menyatakan bahwa organisasi adalah suatu unit sosial, atau kumpulan orang-orang yang dibentuk secara sengaja dengan pertimbangan tertentu untuk mencapai tujuan yang spesifik.

c. *Actuating* (penggerakan)

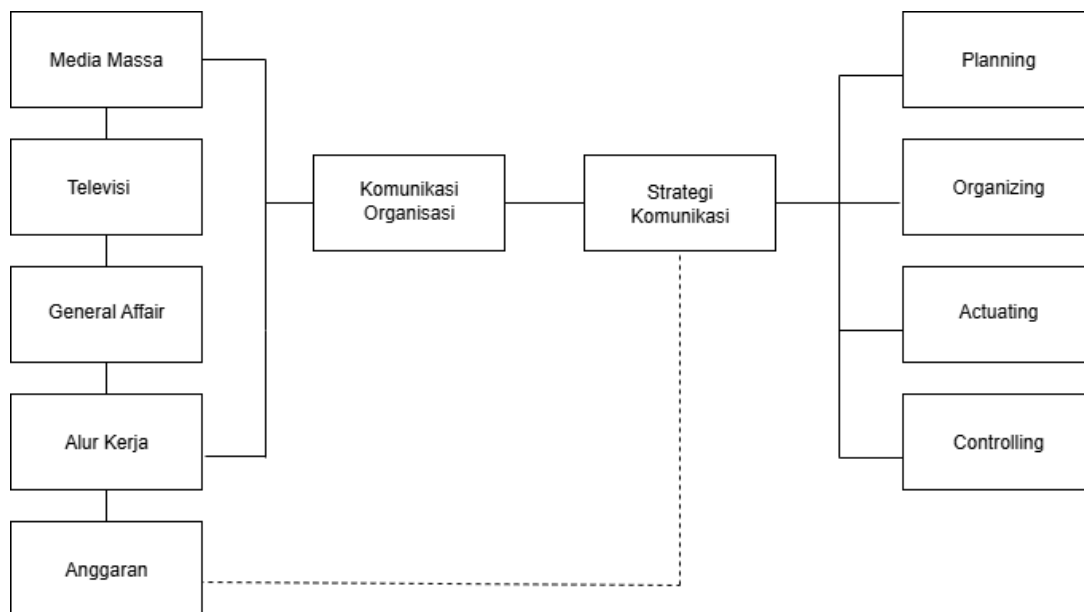
Semua usaha, cara, teknik, dan metode yang dilakukan untuk mendorong anggota organisasi agar mereka bersedia dan tulus bekerja dengan seoptimal mungkin untuk mencapai tujuan organisasi yang efisien, efektif, dan ekonomis.

d. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan atau kontrol adalah proses untuk menilai pencapaian yang telah diraih, melakukan evaluasi, dan jika perlu, mengambil langkah-langkah perbaikan untuk memastikan bahwa hasilnya sejalan dengan rencana yang telah ditetapkan.

Di Indonesia, selain istilah pengawasan, ada juga pengendalian. Keduanya memiliki maksud yang serupa, yaitu memastikan bahwa pencapaian tujuan berlangsung sesuai dengan rencana. Namun, pengawasan lebih kepada usaha untuk menjamin bahwa kegiatan berjalan dengan efektif dan efisien mengikuti kebijakan serta tujuan organisasi. Sementara itu, pengendalian melibatkan pengawasan yang disertai tindakan perbaikan. Itu berarti jika ada ketidaksesuaian yang terdeteksi dalam pengawasan, maka segera diambil langkah untuk mengoreksinya.

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 1 Bagan Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual diatas menjelaskan hubungan antara berbagai komponen penting dalam pengelolaan organisasi media, terutama industri televisi sebagaimana ditunjukkan dalam bagan berikut. Media massa, sebagai komponen utama komunikasi, memainkan peran penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat umum. Televisi, sebagai jenis media massa, memiliki fitur yang kompleks dan membutuhkan sistem manajemen yang terorganisir untuk memastikan bahwa proses produksi berlangsung dengan lancar dan efisien. Di industri televisi, divisi General Affair adalah bagian penting yang membantu operasi harian, terutama dalam hal administrasi, logistik, dan pembuatan anggaran produksi.

Dalam sebuah organisasi televisi, manajemen alur kerja dan pengelolaan biaya produksi adalah bagian penting dari tanggung jawab umum. Proses pelaksanaan program, mulai dari perencanaan hingga eksekusi, digambarkan dalam alur kerja. Anggaran, di sisi lain, berfungsi sebagai alat penting untuk merencanakan biaya produksi dan memastikan bahwa semua pengeluaran sesuai dengan rencana. Agar kedua elemen ini tercapai tanpa menghabiskan sumber daya, diperlukan sistem koordinasi dan komunikasi yang kuat.

Selama proses ini, komunikasi organisasi menjadi komponen utama yang menghubungkan seluruh struktur perusahaan. Komunikasi organisasi tidak hanya mencakup pertukaran informasi, tetapi juga membangun hubungan kerja yang sinergis antara individu dan tim saat mereka bekerja untuk menyelesaikan tugas yang diberikan kepada mereka. Sebaliknya, untuk memastikan bahwa komunikasi di dalam dan di luar organisasi berjalan dengan lancar dan terarah, strategi komunikasi sangat penting. Bagaimana tim produksi, manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya berkomunikasi sangat dipengaruhi oleh strategi ini.

Selain itu, kerangka kerja dalam bagan ini mengadopsi ide-ide tentang fungsi manajemen, yang terdiri dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (action), dan pengawasan (controlling). Seluruh kebutuhan produksi dirancang melalui perencanaan, yang mencakup membuat anggaran dan menetapkan jadwal pekerjaan. Untuk memastikan bahwa setiap bagian organisasi melakukan pekerjaannya dengan cara yang tepat, pengorganisasian mengatur struktur kerja dan pembagian tugas. Tahap di mana rencana dilaksanakan di lapangan, yang memerlukan koordinasi yang dinamis, disebut pelaksanaan. Selain itu, pengawasan dilakukan untuk memastikan seluruh proses sesuai dengan standar dan untuk mengevaluasi hasil kerja.

Keseluruhan elemen dalam bagan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan produksi program di industri media tidak hanya bergantung pada kualitas konten tetapi juga komunikasi internal dan manajemen organisasi. Dalam peran strategisnya dalam menjaga keseimbangan antara alur kerja dan pengelolaan anggaran, General Affairs, yang merupakan pendukung utama operasional, bertanggung jawab sedari awal suatu program ataupun event yang akan dijalankan. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat dan menerapkan fungsi manajemen secara menyeluruh, perusahaan dapat menghasilkan hasil produksi yang lebih baik dan meningkatkan kualitasnya. Pada akhirnya, bagan ini menjadi dasar teoritis yang berguna untuk menyelidiki dinamika internal dalam organisasi media, terutama dalam konteks penelitian akademik seperti penulisan tugas akhir ataupun dalam hal ini adalah laporan magang.

BAB 3

Metode Pengumpulan Data

3.1 Deskripsi Tempat Magang

3.1.1 Sejarah MNC Group

Dikutip dari website MNC, PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC atau Perseroan) adalah perusahaan media terbesar dan terintegrasi di Indonesia. Berpusat di MNC Tower, Jalan Kebon Sirih No. 17 – 19, Jakarta Pusat, Indonesia. Operasional Perseroan terdiri dari basis media yang lengkap yang memberikan solusi iklan yang menyeluruh kepada semua pelanggan iklan. Bisnis inti MNC terdiri dari penyiaran TV nasional Free-To-Air (FTA) dan bisnis konten. Sementara bisnis pendukung meliputi media cetak, online dan radio. MNC Media Group, or specifically PT Media Nusantara Citra, Tbk, is currently one of the largest media conglomerates in Indonesia. Under the umbrella of MNC Media Group, there are numerous media units, including RCTI, MNCTV, GlobalTV, InewsTV, RDI Radio, Koran Seputar Indonesia, Okezone. com, and Indovision. The leadership of this major media company is held by the prominent entrepreneur Harry Tanoesoedibjo (HT).

Sebagai perusahaan yang menaungi beberapa stasiun TV ternama di Indonesia, PT Media Nusantara Citra mempunyai salah satu library content TV Program yang terbesar di Indonesia. Besarnya konten yang dimiliki oleh MNC ini merupakan salah satu asset yang sangat berpotensi untuk mengembangkan *content-based business*. Konten tersebut diakumulasikan dari produksi *in-house*, *outsourcing*, dan operasi platform multimedia. Dengan demikian MNC Group melebarkan sayapnya pada Tv Cable (bisnis konten).

MNC bekerja dengan giat untuk menyebarkan perpustakaan konten besar mereka ke penonton lokal dan nasional. Salah satu bagian dari strategi distribusi MNC adalah memberikan izin kepada lembaga penyiaran lain untuk menayangkan konten mereka dan juga membuat saluran program yang bisa ditayangkan di Pay TV.

MNC Media tetap menjadi yang terdepan di sektor televisi dengan program-program unggulan dalam kategori drama dan ajang pencarian bakat. Program-program yang disiarkan oleh perusahaan ini meraih pangsa pemirsa di waktu prime time sebesar 38,3%. Dalam kategori drama, lima dari sepuluh serial drama yang paling disukai berasal dari MNC. Selain itu, MNC Media juga mengelola 20 saluran TV berlangganan dengan merek MNC dan memiliki koleksi konten terbesar yang mencakup lebih dari 300 ribu jam program. MNC Channels mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia melalui indovision. Indovision merupakan stasiun

televisi satelit berlangganan yang didirikan oleh PT MNC Sky Vision, sebelumnya dikenal sebagai PT Matahari Lintas Cakrawala.

Perusahaan ini, yang mulai beroperasi pada 8 Agustus 1988, mulai menjual produk jasanya di awal tahun 1994. Mereka bertanggung jawab atas pemasaran program manajemen dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.. MNC bekerja sama dengan indovision dan Okevision untuk memasarkan dan memancarkan stasiun TV MNC yang merupakan bisnis konten yaitu MNC Channels. Materi program – program atau film yang ada di MNC Channels sebagian merupakan program yang dikirim dari stasiun televisi swasta dan MNC Channels menyiarkannya kepada pelanggan Indovision dan Okevision.

3.1.2 MNC Channels

A. Tentang MNC Channels

MNC Channels adalah salah satu perusahaan anak yang fokus pada penyediaan konten saluran di dunia televisi berbayar. Berbagai saluran ditawarkan yang menayangkan program-program yang ditujukan dengan cermat untuk segmen penonton tertentu. Ini juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sponsor dalam mempromosikan produk dan layanan mereka agar dapat lebih tepat sasaran pada audiens yang diinginkan. MNC Channels adalah saluran TV yang beroperasi di Indonesia dan juga di negara lain selama 24 jam, dengan menampilkan berbagai jenis informasi, hiburan, dan berita..

Pada tahun 2018 dan 2019, MNC Channels berhasil meraih penghargaan superbrands Indonesia. Pada Mei 2018, tercatat bahwa 30% pengguna televisi berlangganan MNC Group menonton saluran MNC Channels. Saat ini, MNC Channels dapat diakses melalui media pay TV (satelit), internet protokol, over-the-top (OTT), dan siaran langsung.

Menyuguhkan *one stop entertainment*, MNC Channels berusaha keras untuk menjadi pilihan terbaik bagi keluarga dalam menikmati program televisi yang menarik dan memberikan manfaat serta menunjukkan kebanggaan Indonesia di seluruh dunia.

B. Logo MNC Channels

Tipe huruf MNC memiliki karakteristik unik karena mencerminkan kekokohan dan ketahanan, yang juga menunjukkan jenis usaha yang dijalankan. Logo yang berwarna biru melambangkan kedewasaan media dalam memberikan pelayanan kepada audiensnya, dan dalam konteks bisnis, ini menunjukkan stabilitas pertumbuhan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan. Warna merah pada logo melambangkan kehangatan dan sangat disukai oleh orang-orang yang menghargai transparansi dan hal-hal baru. Merah juga diartikan sebagai simbol kesejahteraan dan kebahagiaan dalam kebudayaan Asia.



Gambar 2 Logo MNC Channels

3.1.3 Visi & Misi

A. Visi :

Menjadi perusahaan investasi terkemuka di kawasan Asia Pasifik dalam bidang media, jasa keuangan dan properti gaya hidup melalui inovasi dan teknologi secara non – organik.

B. Misi :

Memaksimalkan sinergi group serta memberikan layanan berkualitas dan nilai tambah bagi para pemagku kepentingan termasuk seluruh pemirsa, pelanggan, pemegang saham dan karyawan

3.1.4 Program MNC Channels

A. Vision Prime

Vision Prime merupakan sebuah kanal hiburan televisi yang ada di Indonesia. Saluran ini memulai siarannya pada tanggal 1 Januari 2020. Vision Prime menyajikan program hiburan selama 24 jam yang mencakup drama lokal, film lokal, acara realitas, talk show, serta serial animasi. Konten-konten ini sebelumnya ditayangkan oleh empat stasiun televisi Indonesia yang dimiliki oleh MNC Group, yaitu RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews, bersama dengan produksi orisinal dari Vision+.

Saluran ini menawarkan berbagai konten asli, menyajikan hiburan lengkap serta serial drama ikonik dari Indonesia, termasuk sinetron dan FTV yang berasal dari tiga stasiun televisi swasta, yaitu RCTI, MNCTV, dan GTV, serta saluran premium lain seperti Ent, Ie, Lifestyle & Fashion, Muslim TV, dan Kids TV.

Anda bisa melihat saluran ini di parabola MNC Vision dengan nomor 1 untuk definisi tinggi (HDTV) dan nomor 94 untuk definisi standar (SDTV), yang menggantikan saluran Drama Channel sebelumnya.

B. Life Channel

Life Channel adalah sebuah stasiun televisi yang menayangkan program rohani Kristen selama 24 jam setiap hari di Indonesia. Anda bisa menontonnya melalui satelit MNC Visio, yang dimiliki oleh MNC Channels. Saluran ini adalah tempat untuk program-program agama Kristen di negara ini.

C. Muslim TV

Muslim Tv (kepanjangan dari Muslim Televisi, sempat berganti nama menjadi MNC Muslim & Hidayah) adalah saluran televisi religi di Indonesia yang dijalankan oleh MNC Channels. Muslim Tv merupakan saluran televisi religi bernuansa islami di Indonesia.

Pada awalnya, MNC Muslim menggunakan nama MNC Muslim saat acara unggulannya masih dalam persiapan, ditandai dengan penampilan title card dan latar belakang musik lagu pop religius pada tanggal 20 Februari 2011. Setelah sembilan hari, MNC Muslim melakukan siaran perdana secara resmi pada tanggal 28 Februari 2011 sekitar pukul 06. 00 WIB dengan program sinetron. Semua tayangan ini bisa ditonton lewat televisi satelit berlangganan Indovision (yang sebelumnya dikenal sebagai MNC Vision) di saluran nomor 97, sebelum berpindah ke saluran 92. Salah satu taglinenya adalah “Penyejukan Hati,” yang sesuai dengan tema saluran ini untuk memberikan hiburan bagi para penonton. Pada tanggal 25 Juni 2014, MNC Muslim mengubah logo ternyata lebih mirip dengan MNC Home & Living serta diberi atap masjid besar warna biru muda dalam rangka ulang tahun MNC Channels ke-8

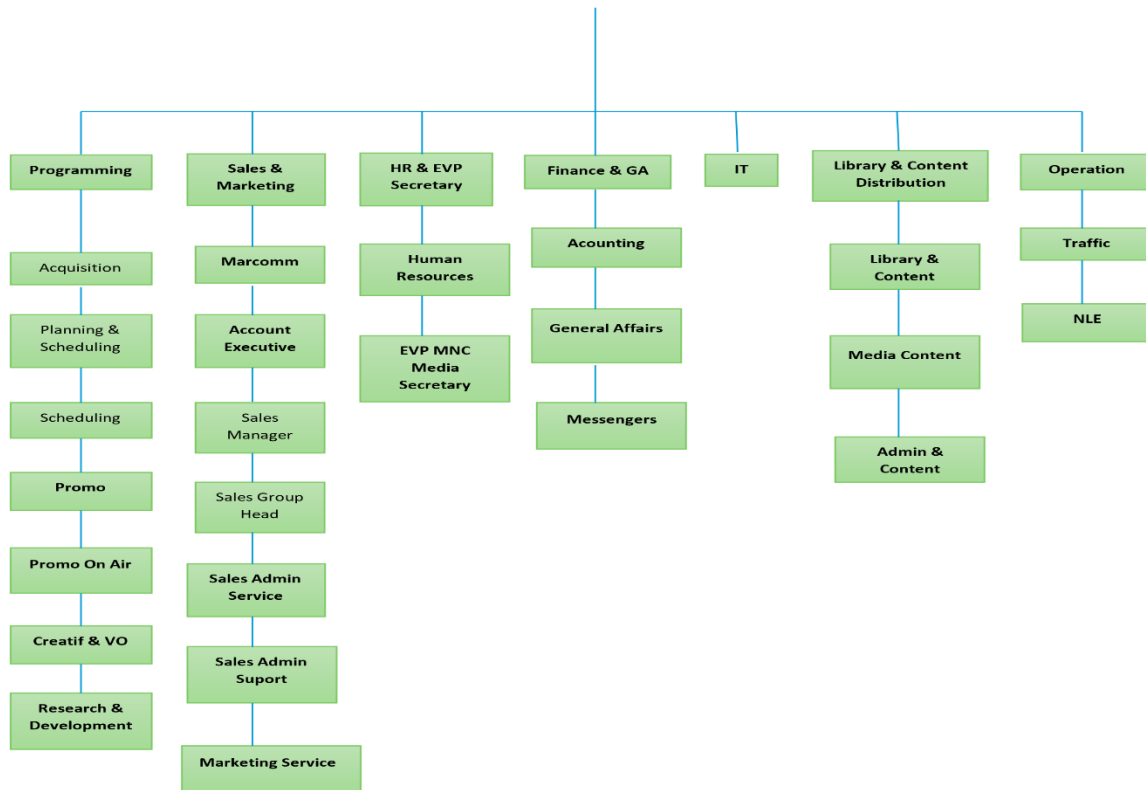
D. Music TV

Music Tv (sebelumnya bernama MNC Music Channel, MNC Music dan Music Channel digayakan sebagai Music TV) adalah saluran televisi musik di Indonesia yang dijalankan oleh MNC Channels, anak usaha dari Media Nusantara Citra. Saluran ini memfokuskan diri pada

acara – acara terkait dunia musik dalam dan luar negeri, dan dapat disaksikan melalui MNC Vision

3.1.5 Struktur Organisasi

A. Bagan Struktur Organisasi



Gambar 3 Bagan Struktur Organisasi

B. Tugas Divisi

1. Production, atau dalam bahasa indonesia dapat diartikan menjadi produksi, merupakan sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas membuat suatu program yang akan dipergunakan untuk kepentingan sebuah perusahaan televisi
2. Programming, merupakan sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk melakukan perencanaan, memilih jadwal dan juga menentukan program yang akan tayang pada stasiun televisi. Divisi ini juga memastikan bahwa program yang ditayangkan sesuai dengan target market dan tujuan sebuah stasiun televisi
3. Sales Marketing, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk melakukan pemasaran dan juga penjualan program. Divisi ini juga memastikan bahwa target penjualan

iklan dapat tercapai, selain itu divisi ini juga harus memastikan program televisi tersebut laku di pasaran.

4. HRD, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola sumber daya manusia di dalam stasiun televisi tersebut. Divisi ini berfokus pada rekrutmen, pelatihan dan pengelolaan karyawan untuk mendukung operasional stasiun televisi
5. General Affairs, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola hal yang bersifat administratif dan juga operasional yang mendukung kelancaran kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Divisi ini memastikan ketersediaan fasilitas, perizinan, dan juga pemeliharaan asset perusahaan
6. Finance, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola keuangan dan anggaran di stasiun televisi. Divisi ini bertugas memastikan kelancaran operasional stasiun televisi melalui perencanaan, pengelolaan dan pengawasan arus kas stasiun televisi
7. IT, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengelola perihal semua aspek teknologi informasi yang digunakan dalam operasional stasiun televisi, mulai dari perangkat keras dan perangkat lunak
8. Library & Content, sebuah divisi yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk menyimpan dan juga mengelola semua tayangan ataupun konten yang akan disiarkan. Divisi ini juga melakukan distribusi konten dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pemirsa dan mencapai target yang telah ditetapkan
9. Operation, berisikan tim traffic yang dimana divisi ini memiliki tanggung jawab dan tugas untuk mengatur penayangan program acara dan iklan, memastikan kelancaran alur siaran serta mengelola waktu tayang suatu program

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi. Dalam penulisan ini, terdapat beberapa cara atau metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan. Berikut adalah metode pengumpulan data yang diterapkan untuk menyelesaikan laporan setelah menjalani magang di MNC Channels :

a. Metode Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan tentang keadaan yang ada di lapangan. Metode observasi digunakan penulis untuk memperoleh data tentang kenyataan mengenai objek yang diamati dan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabulasi

b. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif merupakan kegiatan partisipasi aktivitas mahasiswa dalam turun langsung ke dalam kegiatan magang

c. **Dokumentasi Magang**

Dokumentasi magang merupakan bukti – bukti kegiatan magang yang berupa foto, dokumen pendukung seperti absen dan juga surat keterangan selesai magang

d. **Studi Pustaka**

Kegiatan yang diwajibkan dalam penulisan khususnya penulisan akademik untuk mengembangkan aspek teoritis. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data – data dan informasi terkait dengan diperlakukan pada penulisan sesuai dengan topik yang akan dibahas.

3.3 Objek Magang dan Analisa Objek

3.3.1 General Affair

A. Tugas dan Tanggung Jawab

1. General Affair melakukan pengorganisasian sumber daya manusia internal tim support (Driver, OB, Security, & Kurir)
2. General Affair melakukan pemeliharaan asset
3. General Affair melakukan rekapitulasi terhadap semua dokumen yang berkaitan dengan administrasi
4. General Affair melakukan pemesanan atau pengadaan barang

B. Alur Kerja

Dalam prosesnya kegiatan tim ini dapat digambarkan dengan beberapa step seperti berikut :

A. Tahap Persiapan :

1) **Identifikasi Kebutuhan**

GA akan berkoordinasi dengan divisi lain untuk mengidentifikasi kebutuhan logistik, peralatan, dan fasilitas yang dibutuhkan untuk produksi.

2) **Pengadaan Barang**

GA akan melakukan pengadaan barang sesuai kebutuhan yang telah diidentifikasi termasuk peralatan, perlengkapan, dan kebutuhan operasional lainnya

3) **Inventarisasi**

GA akan melakukan inventarisasi dan memastikan ketersediaan barang yang telah dibeli untuk digunakan dalam event

4) Persiapan Fasilitas

GA akan memastikan fasilitas tempat produksi, seperti studio, peralatan, dan fasilitas pendukung lainnya seperti tenaga support (OB & Driver)

B. Tahap Pelaksanaan :

1) Koordinasi Logistik

GA mengelola logistik event, seperti transportasi dan PU (Pembantu Umum)

2) Pemeliharaan Fasilitas

Memastikan fasilitas pendukung untuk kegiatan produksi berfungsi dengan baik, seperti listrik, ac dan studio tempat kegiatan berlangsung

3) Keamanan

GA memastikan keamanan saat proses produksi berlangsung dengan mengerahkan tenaga keamanan seperti security untuk berjaga disekitar lokasi yang sudah ditentukan

4) Kebutuhan Karyawan

GA memastikan kebutuhan karyawan yang terlibat terpenuhi, seperti makanan, minuman dan kebutuhan khusus lainnya yang sudah dikoordinasikan terlebih dahulu.

C. Evaluasi

1) Penilaian Kinerja

Mengevaluasi kinerja tenaga support dalam membantu berlangsungnya kegiatan produksi

3.3.2 Program

A. Pengertian Program

Dikutip dari jurnal W Ramdhani (2019) Program televisi adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audience*. Dengan demikian, program televisi adalah suatu bentuk produk yang dikonsumsi khalayak, maka dari itu mereka bersedia mengikuti semua program yang menarik dari stasiun televisi.

Menentukan jenis program berarti memilih atau menetapkan daya tarik dari program tersebut. Daya tarik yang dimaksud di sini adalah cara program dapat menarik perhatian penonton.

Setiap hari, stasiun televisi menampilkan banyak jenis program. Pada dasarnya, hampir semua hal dapat dijadikan tayangan asalkan program itu menarik bagi penonton dan tidak melanggar norma, hukum, serta aturan yang ada.

B. Format Program

Menurut Naratama (2013) Format televisi adalah sebuah rencana utama untuk konsep acara di televisi. Hal ini akan menjadi fondasi bagi penciptaan dan desain produksi, yang kemudian akan dibagi menjadi beberapa kriteria penting yang sesuai dengan tujuan dan sasaran penonton acara tersebut.

Berbagai jenis program dapat diklasifikasikan dalam dua kategori besar berdasarkan karakteristiknya, yaitu program informasi dan program hiburan. Program informasi kemudian dibagi menjadi dua tipe, yaitu berita keras, yang merupakan laporan teranyar yang harus segera disiarkan, dan berita ringan, yang menggabungkan fakta, gosip, serta pandangan. Di sisi lain, program hiburan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu musik, drama, dan pertunjukan

3.4 Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan mingguan telah dibuat untuk mengatur kegiatan magang secara efektif dan terarah. Rencana ini mencakup berbagai aspek administrasi dan operasional pada lingkungan kerja.

Pada bulan pertama di minggu pertama direncanakan untuk melakukan pertemuan pengenalan lingkungan dan membagi tugas kepada peserta magang untuk memberikan pemahaman awal tentang struktur organisasi dan ruang lingkup pekerjaan. Pada minggu kedua, direncanakan untuk melakukan rekap surat jalan dan plotting kendaraan yang akan digunakan untuk shooting produksi. Memasuki minggu ketiga, direncanakan pelaksanaan kegiatan yang berfokus pada pengurusan asuransi dan penjadwalan service kendaraan inventaris milik perusahaan, sebagai bentuk pemeliharaan aset secara berkala. Rencana pada minggu keempat meliputi pelaksanaan langsung service kendaraan sesuai kebutuhan dan hasil evaluasi dari jadwal sebelumnya.

Pada bulan kedua di minggu pertama direncanakan pengenalan sistem Oracle Finance kepada peserta magang sebagai bagian dari pemahaman terhadap sistem keuangan perusahaan. Minggu kedua akan diisi dengan kegiatan rekap surat jalan dan plotting kendaraan untuk shooting, sebagaimana kebutuhan produksi yang berulang. Memasuki minggu ketiga, direncanakan pelatihan dan praktik dalam proses pengajuan *Purchased Request* serta perencanaan penggunaan kendaraan. Rencana pada minggu keempat akan difokuskan pada proses permintaan *Purchased Order* yang diajukan kepada tim purchasing ataupun tim finance sebagai tindak lanjut dari permintaan pembelian yang telah direncanakan sebelumnya.

Pada bulan ketiga di minggu pertama akan dilakukan meeting pembagian tugas serta persiapan administrasi terkait rekap surat jalan dan plotting kendaraan shooting. Minggu kedua

direncanakan untuk pengenalan sistem GLPI sebagai sarana pelaporan dan pengelolaan aset berbasis teknologi informasi. Minggu ketiga dan keempat akan difokuskan pada pelaksanaan *stock opname* terhadap aset komputer perusahaan, yang bertujuan untuk mendata dan memverifikasi kondisi serta jumlah aset yang dimiliki secara akurat.

Pada bulan keempat di minggu pertama akan dilakukan koordinasi dalam bentuk meeting pembagian tugas serta pelaksanaan awal *stock opname* komputer. Kegiatan ini akan berlanjut pada minggu kedua dan ketiga, yang direncanakan berisi aktivitas *stock opname* lanjutan serta plotting kendaraan untuk kegiatan shooting. Di minggu keempat, kegiatan akan difokuskan pada rekap surat jalan dan finalisasi perencanaan kendaraan operasional, yang menjadi bagian penting dari dukungan logistik produksi.

BAB 4

Laporan dan Analisis

4.1 Laporan Kegiatan Magang

Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Meeting pengenalan lingkungan kerja dan pembagian tugas	Pengenalan lingkungan kerja, rekan kerja dan briefing
Minggu 2	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan untuk tim produksi & plotting kendaraan untuk shooting
Minggu 3	Mengerjakan asuransi & service kendaraan inventaris perusahaan	Pengajuan asuransi & service kendaraan ke bengkel vendor terpilih
Minggu 4	Pelaksanaan service kendaraan	Membawa mobil ke bengkel untuk service
Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Pengenalan sistem Oracle Finance	Pengenalan dan latihan untuk menggunakan sistem Oracle Finance
Minggu 2	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shootin	Rekap surat jalan kendaraan untuk tim produksi & plotting kendaraan untuk shooting
Minggu 3	Pengajuan Purchased Request & plotting kendaraan untuk shooting	Membuat Purchased Request untuk membeli barang kebutuhan produksi
Minggu 4	Permintaan Purchased Order untuk tim purchasing	Koordinasi dengan tim Purchasing terkait barang yang sedang dibeli
Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Meeting pembagian tugas, rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Weekly meeting dan briefing pembagian jobdesk
Minggu 2	Pengenalan sistem GLPI	Pengenalan sistem pengelola asset perusahaan
Minggu 3	Stock opname asset komputer	Ditugaskan untuk Stock opname asset komputer perusahaan
Minggu 4	Stock opname asset komputer	Melanjutkan Stock Opname asset komputer perusahaan

Minggu	Rencana	Kegiatan
Minggu 1	Meeting pembagian tugas & stock opname komputer	Weekly meeting & Stock opname asset komputer perusahaan
Minggu 2	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk shooting	Melanjutkan Stock Opname asset komputer perusahaan
Minggu 3	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk shooting	Melanjutkan Stock Opname asset komputer perusahaan
Minggu 4	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan untuk tim produksi & plotting kendaraan untuk shooting

Tabel 1 Laporan Kegiatan Magang

4.2 Pembahasan Topik Magang

4.2.1 Alur Kerja Tim General Affair

Dalam pembuatan sebuah karya produksi, tim General Affair dilibatkan dalam semua tahapan. Mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga paska produksi dengan fokus pada dukungan secara operasional maupun fasilitas. Tanggung jawab GA adalah untuk memastikan kegiatan produksi program tersebut berjalan dengan lancar dengan terus berkoordinasi perihal kebutuhan logistik, pengadaan barang, dan fasilitas penunjang lainnya.

Dalam prosesnya kegiatan tim ini dapat digambarkan dengan beberapa step yang diambil dari partisipasi aktif selama magang :

A. Tahap Persiapan :

Tim General Affair akan berkoordinasi dengan divisi lain khususnya dengan tim produksi dalam meeting yang dipimpin oleh tim produksi. Dalam meeting ini tim general affair berkontribusi dalam identifikasi kebutuhan logistik, peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh tim produksi. Dalam hal ini kaitannya dengan anggaran adalah kontribusi tim general affair dalam memberikan informasi dan juga saran terkait harga dan juga anggaran yang sebelumnya sudah disahkan dalam meeting pembuatan Rancangan Anggaran Biaya (RAB).

Setelah hasil meeting tersebut disetujui, tim General Affair akan bergerak dalam pengadaan barang sesuai kebutuhan yang telah diidentifikasi seperti pengadaan peralatan, perlengkapan, dan kebutuhan operasional lainnya

Tim General Affair akan melakukan inventarisasi dan juga memastikan ketersediaan barang yang telah dibeli untuk keperluan program tersebut dan berkoordinasi kembali dengan

tim produksi perihal pencocokan data permintaan barang dari tim produksi sesuai dengan hasil meeting produksi sebelumnya.

Setelah semua peralatan siap dan lengkap, tim general affair akan berkoordinasi kembali dengan tim building management untuk memastikan fasilitas tempat produksi seperti studio dan fasilitas pendukung lainnya siap digunakan oleh tim produksi.

B. Tahap Pelaksanaan :

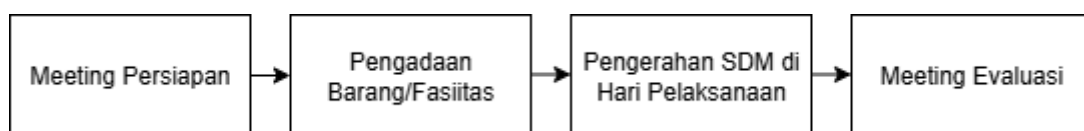
Pada tahap pelaksanaan di hari yang sudah ditentukan tim General Affair akan mengelola logistik event seperti penentuan driver yang ditugaskan untuk membantu transportasi selama program tersebut berjalan, menentukan berapa banyak OB yang dibutuhkan untuk membantu memelihara kerapihan dan kebersihan selama program tersebut berjalan., serta mengerahkan tenaga keamanan atau security untuk memastikan kemanan lingkungan dan keberlangsungan program tersebut.

Sebelum program mulai dijalankan atau pada saat shooting akan dimulai, tim General Affair akan memastikan kembali bahwa fasilitas yang sudah ditentukan aman dari segala macam hambatan dan melakukan clear area untuk mencegah adanya kesalah pahaman terkait scheduling atau penjadwalan untuk penggunaan fasilitas tersebut.

Setelah program berjalan, tim General Affair terus melakukan koordinasi dengan PIC terkait perihal keberlangsungan kondisi program tersebut. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya kesalah pahaman dan juga mengantisipasi kebutuhan mendadak yang segera dipenuhi atas dasar keperluan produksi

C. Evaluasi

Setelah program tersebut selesai dieksekusi atau event tertentu selesai dilaksanakan, alur kerja ataupun kegiatan General Affair selanjutnya adalah evaluasi kinerja tiap bagian. Hal ini membantu tim General Affair untuk terus berkembang setiap harinya karena kesalahan dan juga catatan dari kegiatan sebelumnya sudah dievaluasi dan dicari solusi atas masalah tersebut.



Gambar 4 Alur Kerja General Affair

4.2.2 Strategi Komunikasi Tim General Affair

Dalam pelaksanaan kegiatan produksi, tim General Affair menggunakan strategi komunikasi Fungsi Manajemen.

a) Planning (perencanaan)

Dalam pelaksanaan kegiatan pembuatan program televisi ada tahap pra produksi yang di dalamnya terdapat tahap production meeting, dalam tahap ini juga pembahasan tentang biaya ataupun anggaran produksi dilaksanakan. Tim General Affair mengambil bagian dalam meeting ini untuk membuat usulan ataupun masukan bagaimana cara efisiensi yang baik perihal biaya pendukung seperti biaya logistik yang harus dikeluarkan oleh tim produksi.

b) Organizing (pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan proses mengatur dan mengalokasikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya manusia diantara anggota organisasi, sehingga mereka dapat mencapai sasaran organisasi. Dalam hal ini fungsi General Affair adalah mengkoordinir tim support seperti OB & Driver untuk melakukan tugas mereka dalam membantu proses kegiatan produksi

c) Actuating (Penggerakan)

Gerakan adalah semua usaha, teknik, cara, dan metode yang digunakan untuk mendorong anggota organisasi agar mereka mau dan dengan senang hati bekerja sebaik mungkin untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif, efisien, dan ekonomis. Dalam fungsi ini, tim Urusan Umum akan memberikan pengarahan kepada para pegawai yang telah ditugaskan dalam perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya.

d) Controlling (Pengawasan)

Pengawasan atau kontrol adalah proses untuk menilai pencapaian, melakukan evaluasi, dan mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan agar hasilnya sesuai dengan rencana. Dalam fungsi ini, tugas tim General Affair adalah memantau kinerja tim dukungan yang sedang menjalankan tugas untuk mendukung proses produksi program.

Dengan menggunakan strategi komunikasi ini, tim General Affair dapat membantu tim produksi dalam pelaksanaan produksi program tersebut dengan cara berkontribusi selama program tersebut berjalan. Dengan strategi ini tim General Affair dapat mengawasi serta mengoreksi kinerja para staff yang tergabung dari awal berjalannya program sampai selesai dan meminimalisir kegagalan ataupun hambatan yang akan mengganggu jalannya produksi program tersebut.

4.2.3 Hambatan

Hambatan penulis sebagai Tim General Affair dalam mengelola anggaran produksi program di MNC Channels adalah sebagai berikut :

- a. Sebelum dilakukannya shooting atau liputan, penulis sebagai Tim General Affair harus melakukan analisis terhadap apa saja kebutuhan yang diminta oleh tim produksi, hal ini menjadi hambatan karena kebutuhan yang diminta oleh tim produksi beberapa kali diluar anggaran yang direncanakan
- b. Saat pelaksanaan shooting atau liputan, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengawasi keberlangsungan kegiatan tersebut guna meminimalisir kesalahan tim support yang bertugas
- c. Saat pelaksanaan shooting atau liputan, penulis harus membagi fokus antara tanggung jawab kepada tim produksi dan juga tanggung jawab lain yang bersifat administratif
- d. Kendala pada ego masing – masing pihak biasa terjadi antara tim produksi yang keinginannya terkadang harus segera dipenuhi sementara tim support yang tersedia tidak memadai kuota yang dibutuhkan, sehingga penulis sebagai tim General Affair harus melakukan evaluasi dan menemukan solusi dalam waktu yang singkat

4.2.4 Solusi

Dalam menghadapi hambatan tersebut, penulis berusaha bersikap profesional dan menerapkan konsep strategi komunikasi yang dapat membantu penulis mengatasi hambatan tersebut. Berikut adalah solusi penulis dalam menghadapi hambatan tersebut:

- a. Sebagai Tim General Affair yang lebih memahami tentang kebutuhan tambahan yang diminta oleh tim produksi, tim General Affair akan mengadakan diskusi lebih lanjut untuk mengevaluasi hal apa yang bisa dikurangi demi menjaga efisiensi anggaran.
- b. Penulis dapat berkoordinasi dengan dua atau tiga orang sekaligus demi menjaga alur kerja tim dengan baik, dengan cara itu pengawasan kinerja tim support akan lebih terjaga dan waktu yang dibutuhkan akan bisa lebih dipersingkat
- c. Penulis sebagai tim General Affair juga dapat menunjuk PIC atau orang yang akan bertanggung jawab dilapangan diantara tim support untuk mendukung kerja ataupun tanggung jawab tim General Affair. Dengan cara ini penulis dapat melakukan tugas ataupun tanggung jawab yang lain sekaligus mendapatkan update situasi dari PIC yang sudah ditunjuk.
- d. Penulis sebagai tim General Affair harus mengerti cara berpikir dan juga perasaan dari tim produksi, dengan menggunakan cara ini diharapkan apa yang akan didiskusikan

mejadi diskusi yang sehat dan mendapatkan jalan keluar yang terbaik demi program bersama

4.3 Bukti Kegiatan Magang



Gambar 4 Bukti Kegiatan Magang

1. Gambar diatas merupakan kegiatan meeting Pra – Produksi, dimana dalam kegiatan ini penulis diminta untuk berpartisipasi dengan tujuan dapat memahami jalan berpikir dari tim produksi



Gambar 5 Bukti Kegiatan Magang

ANTARAN MALAM KARYAWAN MNC CHANNELS SENIN MALAM 10 APRIL 2023									
NO	NAMA DRIVER	NO TLP	USER	DEPARTEMEN	TUJUAN	KEPERLUAN	JAM	NOPOL	NO SIK
5	SUPRIONO	08371855351	ADE	LIBRARY	BEKASI TIMUR			B 2460 PKG	2742
6			RATHI	MNC	KB JERUK	ANTARAN MALAM	1:00		
9	TARMUJI	088979281552	MEYZA	TRANSCRIPT	PRIBI			B 2505 PKG	2744
10			MEYZA	TRANSCRIPT	CILDUB				

SCHEDULE OPERASIONAL MNC CHANNEL SELASA PAGI 11 APRIL 2023									
NO	NAMA DRIVER	NO TLP	USER	DEPARTEMEN	TUJUAN	KEPERLUAN	JAM	NOPOL	NO SIK
1	HAERUDIN	081280105490	RIA / HIRMAN	MUSLIM TV / MNC MUSIK	MASJID RCTI / ST 6	SYUTING	9:00 - 10:00	B 2460 PKG	2726 - 2725
2	BURHANUDIN	087771193813	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 1566 PYA	2729
3	SANI	087896779710	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 157 MNC	2782
6	MURDION AB	08882211212	YULI	LIFE CHANNELS	RANGKAS BITUNG	SURVEY	9:00	B 158 MNC	2783
7	RAHMAT HIDAYAT	081316055126	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 1564 PYA	2784
8	USMAN	085693372787	WAHYU	LIFE STYLE	JAKARTA AREA	LIPUTAN	9:00	B 159 MNC	2785
9	KURNIALAH	083169703742	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 158 MNC	2786
13	FEBRI	08991579809	NOVAL	LIFE STYLE	PARK HYATT	SYUTING	9:00	B 1583 PYA	2788
14	INDRA	089560529094	MARTIN	MNC SPORT	BAYWALK PLUIT	SYUTING	9:00	B 2505 PKH	2789
15	RIDWAN	089320148808	HADI	HRD	MKS	MEETING	10:00	B 1591 PYA	2740

Gambar 6 Bukti Kegiatan Magang

2. Gambar diatas merupakan bukti kegiatan magang dimana penulis melaksanakan kegiatan administratif yaitu rekapitulasi surat jalan kendaraan dan juga pembuatan plotting kendaraan untuk shooting



Gambar 7 Bukti Kegiatan Magang

3. Gambar diatas merupakan bukti kegiatan magang dimana penulis melakukan controlling langsung kelapangan, pada saat program Runaway berlangsung penulis mendapat tugas untuk ikut hadir kelapangan untuk melakukan pengawasan dari pihak General Affair terkait keberlangsungan shooting program di luar area MNC Studios.

PT MNC Sky Vision							sportstars		
BUDGET SMC CUP 2024									
Badminton 27-28 Juli 2024 dan Futsal 21-22 September 2024									
COA	CODE MASTER ITEM	DESCRIPTION	Pax	Eps	Day	Rp	Before Tax		
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = (a) x (b) x (c) x (d)	KETERANGAN	
5112211		I RENT EQUIPMENT					3.000.000		
	IH110-02.001	Audio Set (Boom Mic)	1	2	1	1.500.000	3.000.000	CA (Purchasing w/ cash payment)	
5112217		II TRANSPORTASI & AKOMODASI					6.000.000		
	IH117-01.004	BBM, Tol & Parkir	6	2	2	250.000	6.000.000	CA	
5112208		III FREELANCE					5.760.000		
	IH107-02.002	Porter	4	2	2	120.000	1.920.000	CA (Sabtu-Minggu)	
	IH107-01.033	Security	2	2	2	120.000	960.000	CA (Sabtu-Minggu)	
	IH107-01.034	Lembur driver	6	2	2	120.000	2.880.000	CA (Sabtu-Minggu)	
5112222		IV MEDIA CENTER					10.000.000		
	IH122-04.008	Amplifie Filler iNews	1	2	1	5.000.000	10.000.000	Biaya tayang filler di iNews (30 detik)	
5112299		V MISCELLANEOUS					3.400.000		
	IH999-03.001	Pulsa/ voucher HP	2	2	1	100.000	400.000	CA (Produser & Support)	
	IH999-03.001	Pulsa Streaming	1	2	1	500.000	1.000.000	CA (Live streaming)	
	IH999-01.001	Logistik Umum	1	2	1	500.000	1.000.000	CA (Kopi, Teh, Gula, Gelas plastik)	
	IH999-01.002	Logistik Teknik	1	2	1	500.000	1.000.000	CA (Lakban & Baterai)	
TOTAL PRODUCTION COST							28.160.000		

Gambar 8 Contoh RAB

Gambar diatas merupakan contoh Rancangan Anggaran Biaya dari program special event SMC Cup 2024. RAB ini dibuat utuk memenuhi 2 event ditanggal berbeda dengan judul event yang sama, event pertama adalah event badminton pada tanggal 27 – 28 Juli 2024 dan event futsal pada tanggal 21 – 22 September 2024

BAB 5

Simpulan dan Rekomendasi

5.1 Simpulan

Berdasarkan tujuannya, magang merupakan jembatan antara dunia pendidikan ke dunia kerja, yang dimana program yang diambil oleh mahasiswa biasanya akan memberikan banyak sekali pengalaman mengenai dunia kerja dan juga bisa menambah kemampuan yang sangat bermanfaat untuk dunia kerja bagi mahasiswa tersebut. Berdasarkan pengalaman penulis selama 4 bulan magang di MNC Channels sebagai staff *General Affair*, penulis bisa menyimpulkan beberapa hal terkait implementasi kerja magang di MNC Channels.

General affair merupakan pilar penting dalam efisiensi anggaran pada produksi program di MNC Channels. Selama penulis melakukan kegiatan magang di MNC Channels tim General Affair membuat kontribusi yang cukup signifikan dalam hal efisiensi anggaran yang pada akhirnya dikeluarkan, hal ini tidak lepas dari strategi komunikasi yang digunakan oleh tim General Affair dalam setiap alur kerja yang dilakukan.

Implementasi alur kerja General Affair juga sangat membantu berjalannya siklus produksi program di MNC Channels. Dengan alur kerja General Affair yang menggunakan strategi komunikasi POAC, General Affair dapat berkontribusi secara langsung dan mengawal keseluruhan proses kegiatan produksi program yang berlangsung sehingga dapat membantu untuk efisiensi anggaran tersebut.

Hambatan yang penulis rasakan ketika melakukan aktivitas magang di MNC Channels menjadi hambatan juga bagi para karyawan khususnya di tim General Affair, maka dari itu solusi yang penulis tuangkan di tulisan ini merupakan hasil dari diskusi langsung dengan seluruh tim General Affair yang sampai saat ini diterapkan dalam kinerja General Affair.

Selain itu aktivitas magang ini juga menjadi bekal pengalaman secara profesional. Penulis dapat menuangkan semua ilmu yang didapatkan di dalam kelas dan dipraktikan kembali dengan bimbingan seorang profesional dan juga lingkungan yang profesional

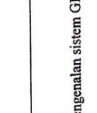

5.2 Rekomendasi



Berdasarkan data penelitian, diskusi, serta pengalaman langunng penulis selama magang di MNC Channels sebagai bagian dari tim General Affair, terdapat beberapa hal yang dapat direkomendasikan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan anggaran produksi program, serta kinerja tim General Affair secara keseluruhan. Rekomendasi tersebut ditujukan untuk pihak MNC Channels dan pihak lain yang terkait, rekomendasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan perencanaan anggaran yang lebih terstruktur. General Affair perlu melakukan koordinasi dan juga kerja sama yang lebih lanjut terkait penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB).
2. Penambahan tenaga pekerja pada tim di lapangan. Jumlah tim support perlu disesuaikan dengan jumlah pekerjaan yang sedang berjalan
3. Dokumentasi SOP yang jelas. SOP harus dibuat lebih terstruktur dan disosialisasikan dengan baik serta merata sehingga dapat digunakan sebagai acuan kerja seluruh tim support.

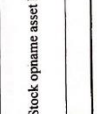

Daftar Pustaka

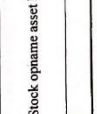

- Arikunto, S., & Suharsimi. (2023). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi IV*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aslam, T. S., & Rovita, A. (2025). Pengaruh Kompetensi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bert Lighting Asia Jakarta Selatan. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/2491>.
- Cangara, H. (2020). *Edisi Revisi Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2021). *Edisi Kelima Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irwan, & Purnamasari, J. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor.
- Jalaluddin, R. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Khairunnisa, N. (2023, Maret 31). *Narasi TV*. Diambil kembali dari Narasi TV: https://narasi.tv/read/narasi-daily/general-affair-adalah#google_vignette
- Laksono, P. (2020). Risalah Teori - Teori Komunikasi Massa. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/view/3634>.
- Nugroho, D. S., & Indriyani, N. (2019). Peranan General Affair di Sebuah Hotel Studi Kasus : General Affair di Hotel The Westlake Resort Yogyakarta. <https://journal.uib.ac.id>, 24.
- Profil Perusahaan*. (2018). Retrieved from mncvision.id: <https://www.mncvision.id/content/corporate/company-profile>
- Purba, B., & Gasperz, S. (2020). Ilmu Komunikasi. *Sebuah Pengantar*, 2.
- Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2022). Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>.
- Ramin, M. (2023). Pentingnya Komunikasi Publik Dalam Pemasaran Produk. <https://altinriset.com/journal/index.php/toplama/article/view/31>.
- Yusuf, J. (2019). Manajemen Peserta Didik Perencanaan dan Pengorganisasian. <https://media.neliti.com/media/publications/411806-none-31c6c0dc.pdf>, 182.

Name : Fadhill Fabian D Program Period : Feb - Jun Department : Universitas BudiLuhur University :		Month of Mentor : April Main Objective : M Erpin Krisnawadi : Admin Staff		
Week	Plan	Actual	Rating (SB, B, C, K)	Supervisor Signature
Week 1	Meeting pembagian tugas, rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Meeting pembagian tugas untuk anak intern, Rekap surat jalan kendaraan dinas & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	 Approved by: (M Erpin Krisnawadi) Date:
Week 2	Pengendalian sistem GLPI	Pengendalian sistem GLPI untuk sistem data base asset MNC Channels	SB	
Week 3	Stock opname asset komputer	Stock opname asset komputer	SB	
Week 4	Stock opname asset komputer	OFF libur Idul Fitri	SB	
1 month conclusion			SB	Acknowledge by:  (Kuswanto Hadi) Date:

Name : Fadhill Fabian D Program Period : Feb - Jun Department : Universitas BudiLuhur University :		Month of Mentor : April Main Objective : M Erpin Krisnawadi : Admin Staff		
Week	Plan	Actual	Rating (SB, B, C, K)	Supervisor Signature
Week 1	Meeting pembagian tugas & stock opname komputer	Meeting pembagian tugas untuk anak intern & Stock opname asset komputer	SB	 Approved by: (M Erpin Krisnawadi) Date:
Week 2	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk shooting	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	
Week 3	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk shooting	Stock opname asset komputer & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	
Week 4	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan dinas & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	
1 month conclusion			SB	Acknowledge by:  (Kuswanto Hadi) Date:

Dipindai dengan CamScanner

Name : Fadhill Fabian D Program Period : Feb - Jun Department : Universitas BudiLuhur University :		Month of Mentor : April Main Objective : M Erpin Krisnawadi : Admin Staff		
Week	Plan	Actual	Rating (SB, B, C, K)	Supervisor Signature
Week 1	Meeting pengenalan lingkungan kerja dan pembagian tugas	Pengendalian area kerja MNC Channels & Pembagian tugas untuk intern	SB	 Approved by: (M Erpin Krisnawadi) Date:
Week 2	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan dinas & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	
Week 3	Mengajarkan asuransi & service kendaraan inventaris perusahaan	Pengajaran asuransi untuk kendaraan inventaris & service rutin tahunan	SB	
Week 4	Pelaksanaan service kendaraan	Membawa kendaraan ke bengkel yang sudah diformalkan untuk dilakukan service	SB	
1 month conclusion			SB	Acknowledge by:  (Kuswanto Hadi) Date:

Name : Fadhill Fabian D Program Period : Feb - Jun Department : Universitas BudiLuhur University :		Month of Mentor : April Main Objective : M Erpin Krisnawadi : Admin Staff		
Week	Plan	Actual	Rating (SB, B, C, K)	Supervisor Signature
Week 1	Pengendalian sistem Oracle Finance	Mempelajari sistem finance perusahaan yang bernama Oracle Finance	B	 Approved by: (M Erpin Krisnawadi) Date:
Week 2	Rekap surat jalan & plotting kendaraan untuk shooting	Rekap surat jalan kendaraan dinas & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	
Week 3	Pengajuan Purchased Request & plotting kendaraan untuk shooting	Mengajukan Purchased Request untuk pembelian barang ATK & plotting kendaraan untuk antaran shooting	SB	
Week 4	Perencanaan Purchased Order untuk tim purchasing	Pengajuan Purchased Order setelah mendapatkan ACC untuk Purchased Request	SB	
1 month conclusion			SB	Acknowledge by:  (Kuswanto Hadi) Date:



N I M : **2071501221**

NAMA : **Fadhil Fabian Diwanata**

Dosen Pembimbing : **Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom**

Judul Skripsi : **Implementasi Kerja Tim General Affair Dalam Mengelola Anggaran Produksi Program di MNC Channels**

No	Tanggal	Materi
1	24-03-2025	Bimbingan BAB I
2	12-05-2025	Bimbingan BAB II
3	20-05-2025	Bimbingan BAB III
4	02-06-2025	Revisi BAB II dan BAB III
5	13-06-2025	Bimbingan BAB IV
6	24-06-2025	Revisi BAB IV
7	03-07-2025	Revisi BAB IV (Revisi Pembahasan: POAC)
8	05-07-2025	BIMBINGAN BAB IV, Pengesahan dan Lampiran

Mahasiswa diatas melakukan bimbingan dengan jumlah materi yang telah mencukupi untuk disidangkan.

Mahasiswa

(Fadhil Fabian Diwanata)