

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Content Creator merupakan bidang pekerjaan yang mempunyai tugas untuk membuat konten yang terdiri dari tulisan, gambar, video, suara, atau gabungan dari kedua materi. Setelah itu konten-konten tersebut ditayangkan dalam media sosial yang terdiri dari *Instagram, Youtube, dan Tiktok* (Quipper Campus, 2024). Pekerjaan *Content Creator* memiliki beberapa topik yang bisa dibahas. Mulai dari Fashion, Kuliner, Daily Vlog, Gaming, dan Review mainan. *Content Creator* merupakan pekerjaan yang tidak lepas dari teknologi, karena semua informasi, tempat desain, bahkan sampai tempat kerja pun ada di internet (Quipper Campus, 2024) .

Oleh karena itu, banyak sekali yang ingin menjadi seorang *content creator* apalagi di era baru ini. Karena dapat dikenal banyak orang, membuka peluang bisnis yang baru, bisa membuat konten yang berhubungan dengan hobi personal, dan mendukung personal branding kita (Jefferly, 2023). Serta bisa juga dilakukan secara penuh waktu dan juga paruh waktu. Seperti yang dijelaskan dalam data dari situs *Genius.com* bahwa ada 207 Juta konten creator di dunia sekarang dengan 7% nya membuat lebih dari \$200.000 per tahun dan 46,7% bekerja penuh waktu menjadi *content creator*.



Gambar 1.1 Data Content Creator Di Dunia
Sumber: Joingenius.com

Tidak hanya masyarakat saja yang bisa jadi seorang *content creator*, lulusan Ilmu Komunikasi pun juga bisa. Karena pekerjaan ini membutuhkan

pemahaman dalam mengenai teknik-teknik komunikasi, keterampilan kreatif untuk mengembangkan ide, analisis media dan riset pasar, keterampilan berbicara dan menulis yang kuat, dan pemahaman mengenai etika dan tanggung jawab sosial masyarakat (telkomuniversity, 2024).

selain itu, di era baru ini *content creator* juga dibantu dengan media online yang lebih canggih dengan menghadirkan pendekatan berbeda dalam menyampaikan informasi dibandingkan dengan media cetak dan elektronik. Media online merupakan segala jenis media yang bisa diakses melalui koneksi internet yang berisi teks, foto, video, serta audio (Fisipol, 2022). Sementara dalam konteks komunikasi massa, media online menyajikan karya jurnalistik, seperti berita, artikel, dan feature secara daring (Vanya, 2021). adanya media online membuat masyarakat yang dulunya mendapatkan informasi melalui televisi, koran, majalah, dan radio sekarang bisa menikmati semua hal tersebut di smartphone mereka.

Dengan adanya media online yang baru ini mewajibkan *content creator* untuk beradaptasi pada perubahan tersebut. tak hanya content creator saja, mahasiswa pun juga diwajibkan untuk beradaptasi kepada teknologi era 5.0 dan media online apalagi untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi. Karena internet adalah taman bermain mereka, dimana mereka mendapatkan informasi terbaru di media sosial, bermain dan bereksperimen dengan aplikasi-aplikasi baru yang tersedia, melakukan riset untuk pekerjaan atau tugas yang mereka sedang lakukan dan akan sangat bagus jika para mahasiswa Ilmu Komunikasi bisa beradaptasi dengan teknologi baru ini, karena dengan adanya adaptasi, pekerjaan-pekerjaan yang mereka lakukan akan menjadi sangat mudah.

Selanjutnya, dengan adanya media online mewajibkan semua perusahaan untuk memanfaatkan media tersebut, hal ini membuka banyak peluang untuk praktek magang di bagian media digital. Dengan adanya praktek magang di media digital ini mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman praktis secara langsung dengan bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan teknologi baru dan media online tersebut dan seberapa cepat informasi harus ditayangkan ke masyarakat.

Oleh karena itu, sekarang banyak perusahaan yang mencari mahasiswa yang berani terjun untuk praktek bekerja di dunia digital karena mereka menganggap bahwa magang tidak hanya memberikan pengalaman praktis yang berharga, tetapi juga peluang untuk karir masa depan yang sukses serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi dunia pekerjaan baru dimana

informasi dan media dibagikan dengan cepat dan akurat. Dalam dunia kerja yang semakin kompetitif, memiliki pengalaman magang dapat menjadi keunggulan sendiri (Universitas Persada Indonesia, 2024).

Oleh karena itu universitas-universitas di Indonesia mengadakan praktek kerja profesi yang wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa. dengan adanya kerja profesi ini, mahasiswa akan lebih berpengalaman ketika memasuki dunia kerja kedepannya. Melalui kerja profesi ini mahasiswa bisa mempraktekkan ilmu pengetahuan dan keterampilan mereka di dunia pekerjaan. Selain melatih keterampilan mereka, kerja profesi ini diadakan untuk mempersiapkan mereka ketika masuk dunia pekerjaan dan menambahkan pengalaman kerja mereka secara langsung.

Salah satu universitas tersebut adalah Universitas Pembangunan Jaya dimana kerja profesi wajib dilaksanakan untuk setiap mahasiswa yang sudah berada di semester 7 untuk semua program studi. Ini dilakukan untuk mengaplikasikan teori yang didapatkan dari hasil pembelajaran mata kuliah dan berlatih menganalisis teori serta praktek sesuai program studi Ilmu Komunikasi dalam lingkungan perusahaan (Setiawan & Soerjoatmodjo, 2021).

Di Universitas Pembangunan Jaya, selain mengadakan praktek kerja profesi. di dalamnya ada program studi Ilmu Komunikasi yang mengadakan dua mata kuliah minor atau minat, salah satunya yaitu *Broadcast Journalism* yaitu mata kuliah minor dimana mahasiswa diharapkan untuk memiliki kemampuan jurnalistik handal berupa pengelolaan data informasi hingga memproduksi pesan untuk disiarkan kepada masyarakat melalui teknologi terkini. Konten yang disajikan bisa berbentuk teks, audio, video, atau bentuk interaktif lainnya (Stikosa Aws, 2024).

Sebagai mahasiswa yang mengambil minor *Broadcast Journalism*, terdapat mata kuliah yang menarik perhatian praktikan serta menjadi salah satu alasan kenapa ia memilih untuk menjadi *content creator* untuk praktek kerja profesinya, yaitu Jurnalisme Online dan Komunikasi Massa. Dimana dalam mata kuliah tersebut selain mengerjakan tugas membuat artikel dalam mata kuliah tersebut banyak pelajaran mengenai caranya seorang individu bisa menjadi seorang jurnalis dengan hanya membagikan berita di media sosial seperti Instagram atau Youtube serta diajarkan bagaimana caranya memanfaatkan dua *platform* tersebut untuk membuat berita yang bisa disebar ke masyarakat luas. Setelah itu Komunikasi Massa merupakan mata kuliah yang mempelajari

bagaimana mengkomunikasikan pesan kepada massa serta bagaimana caranya memanfaatkan media untuk menyebarkan pesan tersebut. Melalui mata kuliah tersebut Praktikan mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk melaksanakan praktik kerjanya.

Selain itu alasan lain mengapa praktikan memilih untuk menjadi seorang *content creator* yaitu karena tugas mereka yaitu melakukan segala hal mulai dari riset konten, mencari ide konten, membuat brief konten, berpikir kreatif mengenai bentuk konten, copywriting, shooting konten, menjadi talenta dalam konten tersebut, mengedit, membaca analytics konten yang telah dibuat, serta harus mengikuti berita-berita yang sedang menjadi topik pembicaraan saat ini (bakrie.ac.id, 2022).

Selanjutnya sebagai seorang *content creator*, praktikan tahu bahwa pekerjaan ini tidak mudah karena banyak masyarakat sekarang apalagi yang masih muda, tidak menyukai konten panjang, mereka lebih menyukai yang lebih pendek, layaknya konten-konten yang ada di *TikTok*, *Youtube Shorts*, *Instagram Reels*. dalam situs *careerarc.com* dijelaskan bahwa konten di Facebook itu mempunyai 2 detik saja untuk membuat kesan kepada penontonnya dari semua umur.

Selain menyukai konten pendek mereka juga mempunyai rentang perhatian yang sangat pendek apalagi gen Z. hal ini dijelaskan dalam data di situs *profiletree.com* bahwa *attention span* millennials itu sekitar 12 detik sedangkan untuk gen Z itu sekitar 8 detik, oleh karena itu mereka menyimpulkan bahwa gen Z mempunyai *attention span* sekitar 1.3 detik dari grup umur-umur yang lain dan hal ini disebabkan dengan adanya konten jangka pendek. sehingga hal ini mewajibkan *content creator* untuk beradaptasi membuat konten pendek untuk memuaskan para penonton tersebut. Selain itu *content creator* juga harus mematuhi peraturan hak cipta apalagi jika membuat konten di situs Youtube, dimana dalam situs tersebut hak cipta bisa dieksploitasi oleh user lain.

Tetapi selain hal-hal buruk tersebut menjadi *content creator* bisa memberikan banyak peluang untuk kerja sama dengan perusahaan atau suatu kegiatan besar. bentuk kerja samanya bisa terdiri dari membuat video kolaborasi dengan mereka dimana akan diundang untuk mengikuti acara mereka atau dibayar untuk membuat konten *review* produk mereka. dengan adanya potensi dimana hal-hal tersebut bisa terjadi, itulah alasannya mengapa Praktikan sangat

bersemangat untuk menjadi seorang content creator. Untungnya praktikan menemukan salah satu institusi yang membuka lowongan di bidang *content creation* yaitu Universitas Pembangunan Jaya, khususnya pada prodi Ilmu Komunikasi.

Di dalam prodi Ilmu Komunikasi UPJ, terdapat berbagai macam media sosial yang terdiri dari Youtube dan Instagram. Praktikan ditugaskan menjadi *content creator* di bagian media sosial *Instagram*. Praktikan memilih Universitas Pembangunan Jaya karena prodi Ilmu Komunikasi menawarkan peluang untuk mengembangkan kreativitas mahasiswa dengan membuat berbagai macam konten informatif dan serta konten-konten hiburan yang disukai oleh mahasiswa saat ini, selain membuat konten Praktikan juga harus mampu memberikan data berdasarkan analytics akun media sosial tersebut setiap minggu.

Dengan alasan tersebut, tentu saja dengan adanya media online yang semakin canggih, potensi mencari uang yang menarik, tantangan-tantangan baru, dan institusi yang siap menerima. waktu ini sangat baik untuk Praktikan melakukan praktek kerja profesi sebagai *content creator*. Di pelaksanaan kerja profesi ini, Praktikan mengambil peran sebagai *content creator* dimana pekerjaan mereka yaitu membuat dan menyebarkan informasi yang diubah menjadi gambar, video, dan tulisan atau disebut sebuah konten. yang kemudian hasil akhirnya disebar ke media sosial yang terdiri dari Instagram, Youtuber, dan Tik Tok (Huotari dkk, 2015).

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengambil minor *Broadcast Journalism*, penting untuk mempelajari semua hal mengenai pembuatan konten dan pembacaan *analytic* konten tersebut dalam situs Instagram. Oleh karena itu praktikan diharapkan bisa memasukkan ide-ide kreatifnya serta teknik-teknik yang diajarkan saat perkuliahan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mempelajari dan mempraktekkan ilmu *content writing* dan *design* yang sebelumnya belum banyak dibahas.
2. Menjadi tempat untuk menuangkan ide-ide kreatif dan pengetahuan dari enam semester ke dalam pekerjaan.

3. Memperluas kemampuan berpikir kreatif untuk membuat ide-ide menarik serta memberikan konten yang baru dan tidak pernah dilakukan sebelumnya.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebagai *content creator* di media sosial.
2. Memperoleh pengetahuan mengenai perencanaan pembuatan konten, riset, dan selera penonton.
3. Mendapatkan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman di bidang *Content Creator*

1.3 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melakukan praktek kerja profesi di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang terletak di lantai 6 Jalan Cendrawasih Raya Bintaro Jaya kecamatan Ciputat, kota Tangerang Selatan 15413. Ilmu Komunikasi ini merupakan bagian dari Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya. (Universitas Pembangunan Jaya, 2023).

Di dalam prodi Ilmu Komunikasi terdapat berbagai macam media sosial yang terdiri dari Youtube dan Instagram. Dimana channel Youtube nya dikelola oleh organisasi prodi yang bernama Kompres, yaitu sebuah organisasi yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mempunyai kegemaran di bidang jurnalistik dan kreasi konten. Selanjutnya ada akun Instagram yang dikelola oleh salah satu dosen dalam prodi Ilmu Komunikasi tersebut, dengan konten-konten yang berisi ilmu pengetahuan awam, ilmu pengetahuan dari mata kuliah dalam prodi, pemberitahuan acara-acara, dll.

Praktikan memilih melaksanakan kerja profesi di Prodi Ilmu Komunikasi karena memiliki ketertarikan dalam bidang pembuatan konten. Selain itu Praktikan ingin mengetahui bagaimana proses kerja di dunia *content creator*. Maka dari itu, Praktikan memilih untuk menjadi *content creator* di media sosial Instagram prodi Ilmu Komunikasi untuk mengembangkan diri dan belajar. Dengan kesempatan ini Praktikan bisa dapat pengalaman dan pengetahuan yang banyak sebagai seorang *Content Creator*.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Pelaksanaan Kerja Profesi

NO	KEGIATAN	Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat CV																
2	Mencari perusahaan yang membuka program magang																
3	Mengirim CV pada perusahaan																
4	Membuat surat pengajuan kerja profesi ke perusahaan																
5	Pelaksanaan Kerja Profesi di prodi Ilkom																
6	Melengkapi dokumen kerja profesi ke prodi																
7	Bimbingan KP																
8	Menyusun laporan KP																

Sumber: Dokumen Pribadi

Praktikan melaksanakan magang menjadi content creator dalam prodi Ilmu Komunikasi selama 3 bulan dan 540 jam, dimana praktek kerja profesi dimulai pada 26 Juni 2024, Praktikan melaksanakan tahap pertama dalam pelaksanaan

Kerja Profesi ini yaitu dengan membuat *Curriculum Vitae* (CV) terbaru. Di saat yang bersamaan ia juga melamar pekerjaan di prodi Ilmu Komunikasi Universitas pembangunan Jaya. Pada hari yang sama Praktikan mendapatkan kabar bahwa Prodi Ilmu Komunikasi UPJ membuka lowongan magang menjadi seorang *Content Creator* di akun Instagram mereka. Setelah mendengar berita tersebut Praktikan langsung menghubungi pihak terkait di prodi Ilmu Komunikasi UPJ dan langsung menyiapkan dokumen yang akan diserahkan yaitu CV dan surat pengajuan kerja profesi dan langsung mengirimnya ke prodi Ilmu Komunikasi.

Pada 01 Juli 2024, Praktikan sudah mulai magang di prodi. pekerjaan pertama yang dilakukan oleh Praktikan yaitu membuat rekomendasi konten untuk ditayangkan di media sosial *Instagram* prodi dan dilanjutkan dengan membuat perencanaan konten dan desain-desain konten pada hari-hari selanjutnya. Setelah melakukan hal-hal tersebut di minggu pertama, selanjutnya Praktikan langsung melaksanakan bagian utama dari pelaksanaan magang tersebut, yaitu membuat konten di *Instagram* prodi yang dilaksanakan mulai dari pertengahan Juli sampai dengan akhir September. selain membuat konten, Praktikan juga menyisihkan waktunya untuk melengkapi dokumen-dokumen Kerja Profesi untuk diserahkan ke prodi Ilmu Komunikasi, setelah itu pada tanggal 20 September 2024 Praktikan mulai melaksanakan bimbingan laporan Kerja Profesi sambil mengerjakan laporan Kerja Profesi tersebut yang dimulai dari BAB 1, BAB 2, dan BAB 3.