

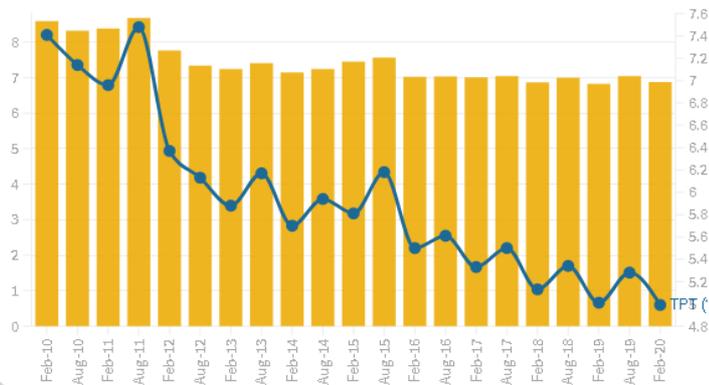
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pada saat ini Pemerintah masih menghadapi persoalan tingginya angka pengangguran terdidik. Hal ini tercermin dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang mencatat angka pengangguran per Februari 2020 mencapai 6,88 juta orang, naik 0,88% dari periode yang sama tahun sebelumnya sebanyak 6,82 juta orang. Kepala BPS Suhariyanto mengatakan kinerja tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada Februari masih stabil, tetapi setelah ada pandemi besar kemungkinan mulai menurun. (News.ddtc. 2020). Pengangguran ini terjadi karena bertambahnya angkatan bekerja yang tidak terserap sepenuhnya oleh lapangan pekerjaan. Dalam lima tahun terakhir, jumlah pengangguran di Indonesia cenderung menurun. (Databooks. 2020). Belum lagi setelah adanya dampak covid-19 menyebabkan tingkat pengangguran di banyak negara di dunia mengalami lonjakan, termasuk Indonesia. Bappenas memprediksi angka pengangguran meningkat antara 10,7 juta sampai 12,7 juta orang pada 2021. pada 2021, TPT diperkirakan mencapai kisaran 7,7% hingga 9,1%. Jumlah pengangguran juga diprediksi meningkat antara 10,7 juta sampai 12,7 juta orang. Peningkatan perkiraan jumlah pengangguran tersebut merupakan dampak ekonomi dari pandemi COVID-19. Bappenas mengatakan sektor yang bakal banyak kehilangan pekerja adalah perdagangan, manufaktur, konstruksi, jasa, dan akomodasi. Hal tersebut dipengaruhi periode tahun ajaran sekolah yang berakhir pada semester ganjil sehingga banyak lulusan sekolah yang tengah mencari kerja juga turut tercatat.

Dalam hal ini akan semakin sulit untuk para *fresh graduate* mencari pekerjaan dan menambahnya angka pengangguran di Indonesia. Minimnya lapangan pekerjaan akibat dampak covid-19 ini membuat banyak sarjana yang masih menganggur.

Tingkat Pengangguran Terbuka Indonesia 2010-2020



Sumber: BPS • Visualisasi Data: Hanif Gusman

Gambar 1.1 Tingkat Pengangguran di Indonesia
sumber : BPS (tirto.id)

Bahkan kini Banten menjadi provinsi dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) tertinggi di Indonesia. Dari jumlah 6,88 juta orang pengangguran pada Februari 2020, sebanyak 8,01% berada di Banten. (Okezone. 2020). Berdasarkan data BPS Banten, di Provinsi Banten banyak terdapat lapangan pekerjaan yang menarik migran untuk masuk ke Banten. Banyaknya migran masuk mencari pekerjaan ini tidak semuanya terserap oleh pasar kerja sehingga menambah jumlah pengangguran di Banten. Di lain pihak, migran masuk yang berpendidikan tinggi akan lebih mudah memperoleh pekerjaan di Banten. Menurut Kepala BPS Banten Agoes Soebeno, lulusan perguruan tinggi lebih mudah terserap di pasar kerja, hanya 3,76 persen lulusan diploma dan 4,50 persen lulusan sarjana yang menganggur. Ketua Komisi V DPRD Banten Fitron Nur Ikhsan menilai, yang harus disikapi bersama, bukan jumlah pengangguran terbanyaknya, tapi jenjang pendidikan yang paling banyak menyumbang pengangguran. Banyak lulusan penyumbang TPT maka berisiko naiknya pengangguran jika kita tidak memastikan pendidikan kita berkualitas. Bukan cuma butuh lulus, tapi mampu berkompetisi di tengah lapangan kerja yang penuh persaingan secara terbuka. (Radarbanten. 2020). Selain itu pengalaman yang sangat minim dan faktor *skill*, yang dimiliki para *fresh graduate* menjadi faktor utama dalam mencari pekerjaan juga. Karena itu pendidikan yang tinggi sangatlah penting.

Pendidikan adalah suatu proses dalam rangka memengaruhi peserta

didik supaya mampu menyesuaikan diri sebaik mungkin dengan lingkungannya serta dengan demikian akan menimbulkan perubahan-perubahan dalam dirinya yang memungkinkan pendidikan tersebut berfungsi dalam kehidupan bermasyarakat. Pada dasarnya pertumbuhan peserta didik bergantung pada dua unsur yang saling mempengaruhi, yakni bakat yang dimiliki oleh peserta didik sejak lahir dan lingkungan yang mempengaruhi hingga bakat itu tumbuh dan berkembang. (Oemar Hamalik, 2005 : 3). Menurut (okezone.com, 2020), Keterampilan-keterampilan baru akan dibutuhkan dalam era otomasi ini. Keterampilan tersebut bukan hanya keterampilan teknologi, namun juga keterampilan sosial, emosional dan keterampilan kognitif yang lebih tinggi. Berdasarkan Analisa McKinsey Global Institute, masyarakat Indonesia yang mengenyam pendidikan menengah mungkin akan menghadapi perubahan terbesar dalam dunia pekerjaan di 2030. Peluang terbesar akan diperoleh mereka yang memiliki pendidikan tinggi atau pendidikan lanjut. Dapat disimpulkan bahwa Pendidikan tinggi sangatlah berpengaruh dalam dunia kerja dan kurangnya tingkatan pendidikan akan menyebabkan seseorang menjadi sulit untuk dijadikan sebagai tenaga kerja.

IPK tinggi atau selempang *cum laude* yang didapatkan saat merayakan kelulusan, bukan jadi faktor utama yang penting di dunia kerja. Bagi perusahaan, nilai tersebut hanya sebatas angka, tapi keahlian dan *skill* menjadi bukti apakah kita pantas menyandang gelar *cum laude* tersebut atau tidak. Setelah lulus kuliah, sebaiknya manfaatkan waktu untuk mempertajam *skill* sesuai dengan pekerjaan yang diinginkan. (Republika, 2017). Era global memerlukan tenaga kerja yang mempunyai kemampuan hard skills dan soft skills yang seimbang. Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) mempercayai bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul adalah mereka yang memiliki kemahiran hard skills (keterampilan teknis) sekaligus juga piawai dalam soft skills. (Manktelow, 2009). Penelitian Manktelow (2009) menunjukkan selain threshold competency (hard skills), soft skills memiliki peran strategis dalam menentukan keberhasilan seseorang di semua bidang pekerjaan. Pengembangan aspek hard skills yang menyangkut penguasaan bidang pekerjaan (technical skills) perlu diimbangi dengan aspek soft skills seperti komunikasi, kecerdasan emosi, teamwork dan kepemimpinan. 4 Penelitian sejenis yang telah dilakukan di dalam negeri juga

menunjukkan hal yang hampir sama. Penelitian berskala nasional yang dilakukan Widarto. (2007) mengungkapkan bahwa aspek hard skills lulusan lembaga pendidikan kejuruan sudah mencukupi kebutuhan industri, namun aspek soft skills belum sesuai harapan. Apabila dicermati kondisi tersebut disebabkan karena selama ini institusi pendidikan kejuruan lebih mementingkan pengembangan keterampilan teknis (hard skills), dan kurang menekankan pada aspek soft skills. Hal ini terlihat dari kurikulum, silabus, RPP, dan strategi pembelajaran pada pendidikan kejuruan yang masih lebih menekankan pada pengembangan aspek hard skills. Hal ini menjadi sangat penting mengingat adanya persaingan di dunia kerja yang sangat ketat, para mahasiswa ataupun *fresh graduate* dituntut untuk memiliki pengalaman – pengalaman kerja yang nantinya akan bisa membantu kariernya nanti.

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) merupakan sebuah perguruan tinggi swasta di daerah Bintaro yang berdiri pada tahun 2011. UPJ memiliki motto yaitu “Mendidik Manusia Jaya yang berintegritas, profesional dan memiliki *spirit entrepreneur*” sistem pendidikan di UPJ diumpamakan seperti dua sisi koin, mempersiapkan manusia yang utuh dengan *softskills* dan *hardskills* untuk menjadi sarjana yang mampu mengatasi segala bentuk tantangan dalam masyarakat dan giat berperan serta menyumbangkan pemikiran dan keterampilannya ke lingkungan dimana mereka berada. Untuk itu, UPJ membangun suasana akademik yang langsung terkait dengan masyarakat. (Upj, 2017). Universitas Pembangunan Jaya salah satu Universitas yang memiliki program Kerja Profesi sebagai salah satu syarat kelulusan.

Kerja Profesi merupakan suatu kegiatan yang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif kepada mahasiswa mengenai dunia kerja, sekaligus memberikan kesempatan, mengaplikasikan teori yang telah diperolehnya. Program Kerja Profesi memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat lebih mengenal, mengetahui dan berlatih menganalisis dalam lingkup dunia kerja. Selama magang KP, mahasiswa berlatih bekerja, kemudian menyusun laporan, yang kemudian dipresentasikan dalam sidang kerja profesi. Hal ini dilakukan agar para mahasiswa nantinya dapat bersaing di dunia kerja dan memiliki pengalaman kerja pada bidangnya masing – masing sesuai jurusan yang diambil. Salah satu jurusan yang wajib mengambil mata Kuliah Kerja Profesi ini yaitu Jurusan Ilmu Komunikasi. Komunikasi pada

umumnya mempelajari bagaimana kita menyampaikan pesan atau berita secara efisien dan efektif, untuk mendapatkan hasil akhir yang kita inginkan. Ilmu komunikasi juga berhubungan dengan pemanfaatan Teknologi dan Informasi yang terus berkembang dari zaman ke zaman. Ilmu Komunikasi ini berhubungan dengan pembelajaran seperti *Public Relations*, Jurnalistik, Periklanan, *Event Organizer*, *Social Media* dan lain – lainnya.

Untuk menjalani pekerjaan dibidang Ilmu Komunikasi, tentunya mahasiswa harus memiliki *soft skill* dan *hard skill* yang menunjang. *Skill* yang dimiliki mahasiswa merupakan syarat awal jika ingin memasuki dunia kerja dimanapun itu. Maka dari itu Kerja Profesi ini merupakan sebuah pelatihan juga untuk melatih *skill* yang dimiliki para mahasiswa. Pembelajaran yang telah diperoleh oleh mahasiswa di jurusan Ilmu Komunikasi akan langsung di praktikan di Kerja Profesi ini. Kerja Profesi juga dapat memberikan sebuah pengalaman yang nyata di dunia kerja kepada mahasiswa dan tentunya akan menambah wawasan mahasiswa mengenai bidang pekerjaan sesuai dengan jurusan yang diambil. Sehingga saat memulai bekerja di dunia kerja profesional, mahasiswa dapat menjadi seseorang yang memiliki *hard skill* dan *soft skill* yang bagus dan akan siap untuk bekerja di bidangnya masing – masing.

Salah satu prospek kerja di bidang Ilmu Komunikasi yang diperlukan yaitu media sosial. Media sosial menjadi salah satu cermin utama juga dari sebuah perusahaan. Jika sebuah perusahaan ingin membuat suatu kampanye online maupun offline, Maka media sosial bisa menjadi salah satu pilihan yang tepat untuk menjalankan dan menarik perhatian masyarakat. Pada Kerja Profesi kali ini, Praktikan mengambil Bidang Kerja Profesi *Social Media Campaign* di perusahaan Universitas Pembangunan Jaya – Fakultas Humaniora Bisnis. Tujuan dari pekerjaan *Social Media Campaign* ini yaitu salah satunya untuk kesuksesan suatu *brand* atau perusahaan dalam membangun *Awareness* di masyarakat dan biasanya bisa sampai tahap *Action*, tergantung kampanye apa yang akan kita jalankan. Kesuksesan sebuah kampanye tidak bisa terlepas dari keberhasilan *social media campaign* yang dilakukan oleh perusahaan maupun *brand*.

Social media campaign adalah sebuah upaya pemasaran yang terkoordinasi untuk memperkuat informasi tentang produk, *brand*, maupun bisnis melalui setidaknya satu media sosial. Hal ini berbeda dari pemasaran yang Anda

lakukan sehari-hari di media sosial. *Social media campaign* membutuhkan peningkatan fokus, target, dan pengukuran yang tepat. *Social media campaign* telah dilakukan oleh banyak *brand* dengan berbagai tujuan dan konsep. Namun, tujuan besar mereka tetap sama yaitu memasarkan produk mereka. Beberapa *brand* membawa isu-isu sosial dalam *campaign* mereka atau membahas sesuatu yang sedang populer. Tentunya, semua hal itu berasal dari sebuah riset, bukan hanya sebuah perkiraan. Riset yang akurat akan menghasilkan eksekusi yang bagus, juga tujuan yang tercapai. Hal tersebut merupakan bentuk-bentuk kesuksesan dari sebuah *campaign*. Selain itu, pemilihan media sosial yang tepat juga menjadi salah satu faktor penting untuk mencapai kesuksesan. (Katarsa.id. 2020).

Praktikan menjalankan *social media campaign* “*women in power*” dengan tujuan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya pada target *audience* yang dituju dan memberikan konten-konten yang fokus pada tema kampanye. Dalam divisi *social media campaign* ini yaitu salah satunya membuat kampanye dari isu-isu yang ada dalam permasalahan sosial yang terjadi di Indonesia dan melakukan riset yang dilengkapi dengan data-data terbaru dan teraktual. Kemudian kampanye tersebut dijalankan di media sosial yang telah Praktikan tentukan yaitu pada *platform* media sosial Instagram, tiktok dan juga *website*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud

1. Berlatih menganalisis berita di media online untuk kegiatan profesi *social media campaign*.
2. Memberi gambaran komprehensif kepada mahasiswa tentang dunia kerja, khususnya di *social media campaign*.
3. Mempelajari pembuatan konten dan artikel untuk *social media campaign*.
4. Menambah wawasan dan pengalaman menjalankan *social media campaign*.

1.2.2 Tujuan

1. Memberikan gambaran dunia kerja bagi mahasiswa mengenai profesi *social media campaign*.

2. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam dunia kerja sesuai Prodi Ilmu Komunikasi dalam *social media campaign*.
3. Memiliki keterampilan untuk pembuatan atau pengerjaan sebagai profesi *social media campaign*.

1.3 Kegunaan Kerja Profesi

Manfaat bagi Mahasiswa, mendapatkan pengalaman, pengetahuan dan manfaat yang sangat berguna untuk diaplikasikan pada mahasiswa, hal ini untuk melatih setiap mahasiswa di lingkungan kerja nantinya, sesuai dengan jurusan yang diambil dalam perkuliahan. Mahasiswa mampu beradaptasi, dan dapat mencari solusi yang ada di lingkungan kerja dan juga dapat mengambil keputusan sehingga dapat menghadapi persaingan pada dunia kerja.

Beberapa manfaat Kerja Profesi untuk Praktikan, Universitas Pembangunan Jaya dan Perusahaan yaitu :

1.3.1 Manfaat untuk Praktikan

1. Mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dengan kompetensi Prodi nya sehingga memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan yang mencukupi di bidangnya sebelum terjun langsung ke dunia kerja sesungguhnya.
2. Menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan mengembangkannya sesuai dengan studi kasus yang dipelajari selama melakukan KP.
3. Memahami dinamika dari kondisi nyata dunia kerja, belajar berkomunikasi serta berperilaku sesuai dengan tuntutan profesi/pekerjaannya.

1.3.2 Manfaat untuk UPJ

1. Menjalin relasi dengan perusahaan.
2. Mendapatkan informasi tentang kompetensi dan kualifikasi SDM yang dibutuhkan oleh perusahaan.
3. Dapat meningkatkan kualitas lulusan dari Universitas Pembangunan Jaya.
4. Mampu bersaing dari segi akademik dengan Universitas lainnya.
5. Memperluas pengetahuan di macam – macam bidang industri.

1.3.3 Manfaat untuk Perusahaan

1. Memperoleh calon tenaga terdidik yang diperlukan dan memiliki kompetensi yang sesuai bidangnya.
2. Mendapatkan tambahan tenaga kerja baru dan memudahkan pekerjaan karena adanya pembagian pekerjaan antara karyawan dan mahasiswa magang , maka dari itu lebih efisien dan efektif.
6. Perusahaan dapat menyelesaikan *deadline* tepat waktu atau lebih cepat karena adanya tenaga baru / mahasiswa magang.
7. Meningkatkan popularitas perusahaan di universitas.
8. Meningkatkan sebuah eksistensi.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Instansi : Universitas Pembangunan Jaya – Fakultas Humaniora Bisnis

- (Ilmu Komunikasi)

Alamat : Jalan Cendrawasih Raya Blok B7/P, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15413

.Alasan praktikan memilih di Fakultas Humaniora dan Bisnis, Prodi Ilmu Komunikasi sebagai tempat pelaksanaan mata kuliah Kerja Profesi adalah karena praktikan memiliki ketertarikan dengan *Social Media Campaign* yang memiliki tugas untuk membuat kampanye dari isu-isu yang ada dalam permasalahan sosial yang terjadi di Indonesia. Juga fokus dalam pemahaman pembuatan konten di *social media*. Praktikan memilih melaksanakan program Kerja Profesi di divisi *Social Media Campaign* di bawah bimbingan Bapak Yosaphat Danis selaku Dosen Pembimbing Kerja dan juga dibimbing oleh Bapak Nathaniel Antonio Parulian sebagai Dosen Pembimbing selama kerja profesi. Dengan demikian praktikan dapat mempelajari banyak kegiatan dan kreatifitas di *Social Media Campaign*.

1.5 Jadwal Waktu Kerja Profesi

Tabel 1.1 Perencanaan waktu KP

WAKTU 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	Riset awal Pembuatan Proposal	■															
2	Penyerahan Proposal		■														
3	Revisi & Diskusi Proposal		■	■													
4	Pembuatan Website & Sosmed SMC			■													
5	Revisi Konten, Web, & Sosmed			■	■												
6	Campaign Project				■	■	■	■	■	■	■	■					
7	Approach Online Influencer				■	■											
8	Approach Sponsor				■	■	■										
9	Target Followers				■	■	■	■									
10	Media Kit									■							
11	Event Online										■	■					
12	Evaluasi & Laporan Project														■	■	■

Dari tabel diatas pada bulan Juni minggu pertama Praktikan membuat riset mengenai permasalahan sosial yang terjadi di Indonesia dengan melihat isu-isu yang diangkat. Kemudian pada bulan juni minggu kedua praktikan menyerahkan proposal yang telah selesai dibuat kepada dosen pembimbing. Di bulan Juni minggu kedua dan ketiga, Praktikan merevisi proposal bersama kelompok kampanye. Di bulan Juni minggu ketiga Praktikan mengerjakan pembuatan *website* dan membuat *social media platform* kampanye yang akan dijalankan. Di bulan Juni minggu ketiga dan keempat, Praktikan merevisi *social*

media platform kampanye dan memberikan hasil pekerjaan pembuatan konten kampanye, *website* dan *social media* untuk di *Approval* oleh dosen pembimbing. Dibulan Juni minggu keempat sampai Agustus minggu keempat Praktikan memulai *Campaign Project "Women in Power"*.

Kemudian setelah menjalankan *Campaign Project*, pada Juni minggu keempat dan Agustus minggu pertama Praktikan juga mencari *Influencer*, sponsor, dan target *follower* pada *social media* kampanye *Women in Power*. Di bulan Agustus minggu pertama Praktikan membuat *Media Kit* untuk diberikan kepada media-media. di bulan Agustus minggu kedua Praktikan menjalankan *online event campaign "Women in Power"*. Setelah itu diakhir kampanye pada bulan Agustus minggu ketiga Praktikan menyusun hasil laporan proyek *Social Media Campaign* yang sudah dijalankan. Praktikan dalam menyusun laporan tetap melakukan bimbingan Kerja Profesi pada dosen Pembimbing Kerja Profesi. Pada akhir bulan September hingga finalisasi, laporan Kerja Profesi sudah harus dikumpulkan.