

# BAB I

## PENDAHULUAN

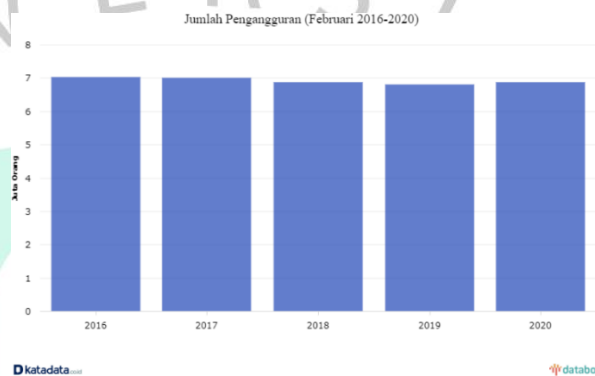
### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Sebagai negara besar yang mempunyai potensi untuk menjadi salah satu negara maju, dapat mewujudkannya dengan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, negara harus mendukung sumber daya manusia pada pendidikan yang akan menjadi faktor terpenting. Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat diperlukan pada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang akan memberikan perubahan pada dunia pendidikan. Berbicara mengenai pendidikan, salah satu bidang untuk mengembangkan potensi belajar siswa-siswi dan memberikan kebebasan dari kebodohan dan kemiskinan. Menurut Undang-Undang Dasar 1945 pasal 31 berbunyi bahwa setiap warga negara berhak untuk mendapatkan pendidikan, dan setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib untuk membiayainya (Putri, 2014).

Dengan adanya pendidikan akan menentukan keberhasilan dan kemajuan bangsa. Karena banyaknya lulusan perguruan tinggi bersaing untuk menghasilkan lulusan terbaik agar mendapatkan pekerjaan yang layak. Tetapi, tidak menutup kemungkinan juga bahwa lulusan perguruan tinggi akan mengalami yang namanya pengangguran. Karena pekerjaan merupakan komponen penting dalam kehidupan manusia, dan dampak pengangguran di Indonesia dapat menyebabkan masalah ekonomi dan sosial, perselisihan, sampai menimbulkan tindakan kriminal. Untuk mengatasi permasalahan pengangguran pada lulusan perguruan tinggi, tidak hanya nilai akhir tetapi sebagai mahasiswa harus mampu mengaplikasikan teori yang telah dipelajari pada perkuliahan terhadap praktik dunia pekerjaan.

Dalam lima tahun terakhir, jumlah pengangguran di Indonesia mengalami penurunan. Namun, pada Februari tahun 2016 angka pengangguran kembali mengalami kenaikan sampai 60 ribu jiwa. Jumlah pengangguran pada tahun 2019 menunjukkan angka 6,82 juta jiwa menjadi 6,88 juta jiwa pada tahun 2020. Data pengangguran ini belum mencakup data pengangguran selama

pandemi covid-19. Karena adanya kebijakan dari pemerintah untuk menerapkan *Work from home* (WFH), banyak pekerja yang diberhentikan untuk mengurangi biaya perusahaan. Oleh sebab itu, pengangguran sampai saat ini tergolong sangat banyak di Indonesia. Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) bahwa tingkat pengangguran pada tahun 2020 mencapai 8,1% sampai 9,2% yang akan terus bertambah angka pengangguran hingga 5,5 juta jiwa (Gusman, 2020).



**Gambar 1.1 Data pengangguran di Indonesia tahun 2016 – Mei 2020**

(Pusparisa, 2020).

Oleh karena itu, Universitas Pembangunan Jaya menerapkan mata kuliah kerja profesi yang merupakan kegiatan dengan tujuan untuk memberikan gambaran komprehensif kepada mahasiswa terkait dunia kerja, kesempatan dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh dibangku kuliah serta berlatih menganalisis teori dan praktik sesuai dengan kompetensi program studi dalam lingkungan instansi atau perusahaan. Kerja profesi juga merupakan mata kuliah untuk syarat kelulusan di Universitas Pembangunan Jaya dengan bobot tiga sks. Program kerja profesi yang diselenggarakan oleh Universitas Pembangunan Jaya mempunyai standar yang harus dilakukan selama minimal 400-440 jam yang kurang lebih 50-55 hari kerja dengan maksimal 8 jam kerja per hari (mengikuti jadwal perusahaan yang di tempati untuk kerja profesi). Serta melakukan kerja profesi dalam jangka waktu minimal dua sampai tiga bulan, yang terhitung mulai bulan Juni sampai Agustus 2020 (UPJ, 2020).

Universitas Pembangun Jaya memberikan standar tersebut yang bertujuan agar mahasiswa mempunyai waktu yang cukup untuk melakukan penyesuaian diri pada dunia kerja, mendapatkan pengalaman, menerapkan pembelajaran diperkuliah ke dunia kerja, serta melakukan pengamatan dan

pengumpulan data untuk menyusun skripsi atau tugas akhir yang dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa dan instansi atau perusahaan dengan adanya mahasiswa yang bekerja profesi.

Sebagai mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, praktikan melakukan kerja profesi pada perusahaan PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) yang bergerak dibidang retail otomotif, terutama pada produk ban dan velg mobil. PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) berlokasi di Jl. Plaju No.15 RT 11/RW 20, Kebon Melati, Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Pada kesempatan ini, praktikan melakukan kerja profesi dengan menjalankan peran dari *Marketing Communication* pada PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia). Dengan adanya kompetisi di antara sesama perusahaan retail otomotif, sehingga tim *marketing communications* membuat strategi-strategi yang dapat mendorong penjualan dan *brand awareness* publik. Berbeda jika suatu perusahaan tidak memiliki kompetitor atau tidak adanya kompetisi antara perusahaan lain, maka tim *marketing communications* tidaklah penting bagi suatu perusahaan tersebut. Pada kerja profesi ini, praktikan ditempatkan pada divisi *Marketing Communication* sebagai *copywriting*. Sebagai *copywriting*, praktikan memiliki pekerjaan utama untuk mempunyai keahlian dalam menulis yang berhubungan dengan iklan untuk penjualan dan informasi instansi atau perusahaan dalam bentuk artikel, *caption instagram*, sampai kalimat-kalimat persuasif yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Sebagai *copywriting* harus memiliki tanggung jawab yang besar terhadap citra instansi atau perusahaan dari PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) karena harus membuat sebuah tulisan yang mempromosikan produk atau perusahaan. Selain itu, *copywriting* juga harus memiliki banyak ide-ide kreatif dan cermat dalam melakukan pengamatan untuk konten artikel sampai meningkatkan *traffic website* instansi atau perusahaan. Oleh karena itu, praktikan membuat judul laporan "Kegiatan *Copywriting* Di PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia)".

Salah satu komponen yang paling menentukan dalam sebuah iklan itu sendiri adalah *copy*, yaitu struktur verbal yang membangunkan emosi dan membentuk imajinasi sehingga mempengaruhi pembaca atau pendengar untuk berbuat seperti yang diharapkan (Collins, 1992). *Copywriting* sering diartikan sebagai hasil kerja gabungan antara sastrawan dan intelektual. Sehingga syarat utama menjadi *copywriting* adalah penguasaan bahasa. Dalam hal ini terdapat

unsur mencipta dan menyajikan kebenaran yang faktual menggunakan bahasa sangatlah dipentingkan. Oleh karena itu, bahasa dalam iklan dituntut mampu menggugah, menarik, mengidentifikasi, menggalang kebersamaan, dan mengkombinasikan pesan dengan komparatif kepada khalayak.

Peran seorang *copywriting* dalam membuat sebuah tulisan yang persuasif ini juga relevan dengan teori dari *Integrated Marketing Communications* adalah konsep komunikasi pemasaran yang mengakui adanya nilai tambah dari suatu rencana yang komprehensif dalam mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi (Morissan, 2010). Dari definisi tersebut fokus pada proses penggunaan seluruh bentuk promosi yang bertujuan untuk mencapai efek komunikasi yang maksimal. *Integrated Marketing Communications* merupakan upaya untuk menjadikan kegiatan pemasaran dan promosi suatu perusahaan agar menghasilkan citra yang baik (Morissan, 2010). Kegiatan pemasaran ini dilakukan menggunakan media sosial yang mempermudah untuk menyebarkan informasi. Teori ini mengacu kepada konsep 4P, yaitu *product, price, place, dan promotion*. Berkaitan dengan perencanaan secara format untuk konsep produksi, menentukan harga pasaran, menentukan tempat untuk menjual produk serta memperhatikan bagaimana produk dan segmentasi dapat sesuai dengan target.

Pada pelaksanaan kerja profesi ini diharapkan praktikan dapat menambah kemampuan dan pengalaman dalam dunia kerja sehingga mampu bersaing secara imbang dengan tenaga kerja lainnya setelah melakukan kerja profesi dan lulus dari Universitas Pembangunan Jaya. Selain itu dengan adanya kerja profesi ini mampu memberikan praktikan gambaran dalam menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari dengan praktik kerja profesi sebagai *copywriting*. Praktikan juga mendapatkan pengalaman sebagai *copywriting* yang baik dan benar, serta praktikan melakukan kerja profesi ini sesuai dengan jurusan yaitu Ilmu Komunikasi dengan minor Public Relations. Hal ini akan berfungsi serta mengasah kemampuan praktikan dalam melakukan pekerjaan dan memberikan gambaran bagaimana dunia pekerjaan yang sesungguhnya agar praktikan tidak terkejut saat sudah lulus dari perguruan tinggi dan mendapatkan pekerjaan. Tidak hanya itu, dengan adanya kerja profesi ini akan membuat praktikan mengetahui bagaimana bekerja sebagai seorang *copywriting* dan mengetahui bagaimana cara membuat sebuah tulisan yang persuasif guna untuk promosi produk perusahaan.

## **1.2 Tujuan Kerja Profesi**

- a. Memberikan gambaran dunia kerja terhadap mahasiswa.
- b. Meningkatkan wawasan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman mahasiswa dalam dunia kerja yang professional.
- c. Mendapatkan pengetahuan lebih mengenai kegiatan social media dan bagaimana menerapkan kerja yang baik dan benar.
- d. Menjalin kerja sama dan hubungan baik antara program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya dengan instansi atau perusahaan.
- e. Kerja profesi ini bertujuan untuk menumbuhkan kerja sama dan manfaat bagi pihak yang terlihat.

## **1.3 Manfaat Kerja Profesi**

### **1.3.1 Bagi UPJ**

- a. Mendapatkan masukan dalam penyempurnaan kurikulum program studi sesuai dengan tuntutan industri dan masyarakat.
- b. Membangun kerja sama dan hubungan baik antara program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya dan instansi atau perusahaan.
- c. Mempunyai konsep relasi dalam dunia pendidikan dan industri.

### **1.3.2 Bagi Mahasiswa**

- a. Mendapatkan pengalaman kerja dan mempelajari profesi sebagai divisi Social Media dengan sub divisi *Copywriting* pada perusahaan PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia).
- b. Menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan mengembangkannya sesuai dengan program studi Ilmu Komunikasi selama melakukan kerja profesi.
- c. Mempelajari bagaimana kegiatan Social Media dalam perusahaan yang bergerak dibidang penjualan.
- d. Menerapkan dunia kerja secara nyata serta berperilaku sesuai dengan tuntutan profesi.

### **1.3.3 Bagi Instansi atau Perusahaan**

- a. Membangun dan menjalin hubungan baik dengan instansi atau perusahaan dengan Universitas Pembangunan Jaya.

- b. Menumbuhkan kerja sama yang menguntungkan bagi pihak yang terlibat.

**1.4 Tempat Kerja Profesi**

Perusahaan yang menjadi tempat kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan adalah PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia). PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail otomotif, khususnya pada mobil. PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) bertempat di Jalan Plaju No.15 RT 11/RW 20 Kebon Melati, Tanah Abang, Jakarta Pusat.

**1.5 Jadwal Waktu Kerja Profesi**

Waktu pelaksanaan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan dimulai pada tanggal 26 Mei 2020 sampai 28 Agustus 2020. Pelaksanaan kerja profesi ini dilakukan selama tiga bulan penuh dan menerapkan delapan jam kerja disesuaikan dengan jam operasional perusahaan PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia). Jadwal kerja yang dilaksanakan juga mengikuti peraturan perusahaan yaitu setiap hari pada senin sampai jumat dan menerapkan jam kerja pada pukul 8.45 sampai 17.00 WIB. Waktu pelaksanaan kerja profesi ini juga menyesuaikan dengan ketentuan yang sudah diterapkan oleh Universitas Pembangunan Jaya yaitu jam kerja yang harus dilaksanakan minimal 400 jam kerja sampai 440 jam kerja.

No	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Mencari informasi lowongan magang di perusahaan dan mengirimkan CV						
2	Mencari alternatif lowongan magang di perusahaan dan mengirimkan CV						

3	Mendapatkan magang di perusahaan PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia)						
4	Pelaksanaan kerja profesi (26 Mei 2020 – 28 Agustus 2020)						
5	Menyusun laporan kerja profesi						

Tabel 1.1 Timeline Jadwal Waktu Pelaksanaan Kerja Profesi

Sebelum melakukan kerja pofesi praktikan melakukan beberapa proses untuk mencari kerja profesi pada perusahaan. Pada proses pertama praktikan mencari referensi perusahaan dan mengirimkan *curriculum vitae* ke beberapa perusahaan untuk melakukan kerja profesi. Praktikan mencari referensi perusahaan dari berbagai jenis media sosial, seperti instagram, linkedin, dan sebagainya. Pada saat mencari perusahaan, praktikan berfokus kepada jurusan yang ditempuh yaitu Public Relations, dan akhirnya mencari lowongan kerja profesi pada divisi social media.

Pada bulan Mei, praktikan mendapatkan panggilan *interview* secara *online* melalui *google meet* pada perusahaan PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) dengan divisi social media. *Interview* yang dilaksanakan secara *online* disebabkan oleh adanya pandemic covid-19 yang mewajibkan seluruh masyarakat untuk berada didalam rumah. Setelah melakukan proses *interview*, praktikan diterima pada perusahaan PT. Petromas Kencana (Ottoban Indonesia) dan diminta untuk mulai kerja profesi pada tanggal 26 Mei 2020.

Akhirnya praktikan melakukan kerja profesi dimulai dari tanggal 26 Mei 2020 sampai 28 Agustus 2020. Saat melakukan kerja profesi, praktikan wajib mengikuti seluruh aturan yang telah diterapkan oleh perusahaan, salah satunya adalah tidak melakukan *work from home* (WFH) tetapi harus menerapkan protokol kesehatan. Selain itu, peraturan lainnya yang harus diikuti oleh praktikan adalah melakukan kegiatan bekerja sesuai jam operasional perusahaan yaitu setiap hari senin sampai jumat pada pukul 08.45 sampai 17.00 WIB.

Setelah selesai melakukan kerja profesi pada tanggal 28 Agustus 2020, praktikan segera menyusun laporan kerja profesi sebagai salah satu syarat kelulusan pada mata kuliah kerja profesi. Laporan kerja profesi secara garis besar mengenai hal apa saja yang sudah dikerjakan oleh praktikan selama tiga bulan melakukan kerja profesi pada perusahaan.

Hari	Jam masuk
Senin – Jumat	08.45 – 17.00 WIB

Tabel 1.2. Jadwal pelaksanaan kerja profesi

