

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang KP

Pengalaman merupakan suatu aspek terpenting dalam setiap aspek kehidupan, tidak terlepas pada dunia kerja. Adapun beberapa alasan mengapa pengalaman sangat penting bagi setiap individu. Pertama, pengalaman dapat berguna untuk mengetahui seluk beluk bidang industri yang akan ditekuni oleh setiap individu. Kedua, pengalaman akan memperlihatkan keahlian seorang yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Karenanya bukan hanya nilai akademik yang menjadi tolak ukur dalam merekrut pegawai. Ketiga, Pengalaman akan menunjukkan kompetensi seorang dalam suatu bidang tertentu. Keempat, memiliki pengalaman yang sama disuatu bidang pekerjaan tertentu akan menunjukkan komitmen seorang untuk berkarier di bidang tersebut. Terakhir, adalah dengan mempunyai pengalaman maka akan memudahkan seorang individu dalam memecahkan masalah pada bidang tersebut. Sehingga dapat disimpulkan jika mempunyai pengalaman sangat penting bagi setiap individu, terutama mahasiswa yang baru lulus dan ingin mencari pekerjaan (Afifah, 2020).

Bagi seorang mahasiswa salah satu cara untuk mencari pengalaman kerja adalah melalui kegiatan Kerja Profesi. Suatu kegiatan yang mempunyai tujuan untuk memberikan ilustrasi secara komprehensif kepada mahasiswa mengenai dunia kerja, sekaligus memberikan kesempatan untuk teori yang telah diperoleh mahasiswa selama perkuliahan berlangsung. Kegiatan Kerja Profesi sendiri juga bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa agar dapat beradaptasi dengan dunia kerja, mendapatkan pengalaman, dan meningkatkan keahlian tertentu yang sesuai dengan kompetensi masing-masing jurusan atau program studi yang dipelajari oleh setiap mahasiswa (Universitas Pembangunan Jaya, 2018).

Pada Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan para mahasiswanya untuk mengikuti kerja profesi, praktik ini sangat penting untuk menambah wawasan dan pengalaman bagi mahasiswa yang akan bekerja secara profesional. Salah satu program studi yang menerapkan kewajiban untuk melakukan kegiatan Kerja Profesi sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana adalah

Ilmu Komunikasi. Mahasiswa diwajibkan untuk melakukan Kerja Profesi pada bidang Komunikasi, salah satu minornya adalah Hubungan Masyarakat. *Public relations* atau hubungan masyarakat sendiri dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat di antara organisasi dengan publik yang akan memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2011).

Salah satu tren terkini adalah kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan secara daring, terutama di masa pandemi Covid-19 ini. Ketua Umum Asosiasi Perusahaan PR Indonesia, Jojo S. Nugroho, menyatakan jika masa pandemi Covid-19 ini merupakan masa yang sangat sulit bagi semua bisnis dan industri. Sehingga perlu dilakukannya perubahan praktik dari yang awalnya dilakukan secara luring menjadi daring. Wakil Ketua Umum APPRI, Sari Soegondo juga menambahkan jika kepakaran komunikasi dan humas sangatlah dibutuhkan untuk menangani krisis yang melanda. Seorang *public relations* harus bisa melihat kesempatan di tengah krisis ini. (Budi, 2020).

Selain itu, perusahaan harus membangun kekuatan *digital* yang kuat agar dapat mampu mencari solusi yang inovatif dan aplikatif agar dapat tetap bertahan selama pandemi Covid-19 (Subagyo, 2020). Dalam penerapan teknologi baru berbasis digital bukan hanya perihal penggunaannya saja, namun juga harus menyadari nilai-nilai lebih yang ditawarkan oleh dunia digital seperti fleksibilitas, kecepatan, ketepatan dan produktivitas dengan memadukan tim kerja yang beraneka ragam. Oleh karena itu praktikan ingin mempelajari bagaimana perusahaan memanfaatkan *public relations* yang dilakukan secara daring dilakukan untuk tetap bertahan di situasi krisis.

Praktikan sebagai Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, dengan minor Hubungan Masyarakat. Telah melakukan kegiatan perkuliahan yang terkait dengan kegiatan *public relations* melalui komunikasi media baru seperti yang dipelajari pada mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat, Produksi Hubungan Masyarakat dan Hubungan Masyarakat *Online*. Pada ketiga mata kuliah tersebut, pada dasarnya mempelajari bagaimana sebuah proses komunikasi yang dilakukan melalui media baru atau yang sering disebut melalui bidang digital. Komunikasi tersebut dilakukan untuk menjangkau seluruh pihak-pihak yang terlibat pada satu organisasi. Selama melakukan kegiatan perkuliahan tersebut, praktikan sering diberi tugas untuk membuat sebuah

prototipe perencanaan dan strategi komunikasi berbasis digital yang diimplementasikan dari berbagai teori dan konsep yang sudah dipelajari. Setelah praktikan berhasil lulus mempelajari seluruh mata kuliah tersebut, praktikan sudah mempunyai pengetahuan yang cukup, praktikan memiliki ketertarikan untuk melakukan kegiatan kerja profesi pada perusahaan yang menggunakan komunikasi berbasis digital sebagai media utama dari corong komunikasi dari suatu organisasi.

Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang digital adalah TxT Creative. Dengan nama resmi PT. Tekstindo Kreasi Optima merupakan perusahaan konsultan penyedia jasa yang menawarkan segala suatu yang berhubungan dengan pengerjaan kreatif, produksi desain, dan kebutuhan *digital*. Perkerjaan tersebut meliputi seperti produksi identitas produk, desain grafis, animasi, dan pengelolaan media sosial beserta produksi kampanye dari awal hingga akhir. Dikondisi pandemi seperti ini memproduksi TxT Creative sangat memfokuskan segala bentuk komunikasi yang berbasis digital seperti sosial media dan kampanye. Bentuk komunikasi digital dilakukan oleh setiap perusahaan atau organisasi merupakan sebuah cara untuk menyebarkan informasi secara cepat dan tetap aman. Sehingga praktikan merasa membutuhkan adanya pembelajaran mengenai bagaimana sebuah perusahaan menjalankan komunikasi berbasis digital, terutama melalui media sosial. Kegiatan pembelajaran tersebut dilakukan oleh praktikan melalui kegiatan kerja profesi pada TxT Creative pada bagian *Content Creator* dan *Social Media Admin*. Adapun bidang pekerjaan yang dilakukan sebagai *Content Creator* ialah memproduksi perencanaan, produksi, pelaksanaan dan evaluasi konten media sosial klien. Selain produksi konten, *Content Creator* juga memproduksi perencanaan, produksi, pelaksanaan dan evaluasi kampanye yang diinginkan oleh klien. Sedangkan untuk *Social Media Admin* merupakan cakupan bidang pekerjaan di mana kita harus mengatur keseluruhan teknis dari beberapa akun sosial media.

1.2. Maksud dan Tujuan KP

1.2.1. Maksud Kerja Profesi sebagai Content Creator pada TxT Creative:

- a) Mempelajari cara kerja industri bidang ilmu komunikasi secara langsung
- b) Mempelajari produksi kampanye kreatif mulai dari perencanaan, produksi, pelaksanaan, hingga evaluasi.
- c) Memperkuat kemampuan pada lingkup dunia kreatif
- d) Mempelajari pengelolaan media sosial beberapa produk ternama
- e) Melatih kemampuan untuk berkomunikasi dengan klien
- f) Melatih kemampuan pengelolaan iklan dan konten pada media sosial
- g) Melatih kemampuan negosiasi dengan berbagai pihak

1.2.2. Tujuan Kerja Profesi sebagai Content Creator pada TxT Creative:

- a) Mendapatkan pengalaman bekerja sebagai *content creator* dan *social media officer*
- b) Mampu memproduksi sebuah kampanye mulai dari perencanaan, produksi, pelaksanaan, hingga evaluasi
- c) Mengetahui secara langsung bagaimana bagaimana bekerja dan berkomunikasi dengan klien.
- d) Memperoleh pengetahuan mengenai strategi iklan pada sosial media
- e) Memperoleh pengetahuan mengenai negosiasi dengan berbagai pihak

1.3. Kegunaan Kerja Profesi

1.3.1. Bagi Mahasiswa

- a) Mendapatkan pengalaman kerja yang sesuai dengan kompetensi Prodiya sehingga memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan yang mencukupi di bidangnya sebelum terjun langsung ke dunia kerja sesungguhnya.
- b) Menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan mengembangkannya sesuai dengan studi kasus yang dipelajari selama melakukan KP.
- c) Memahami dinamika dari kondisi nyata dunia kerja, belajar berkomunikasi serta berperilaku sesuai dengan tuntutan profesi/pekerjaannya. Bagi Instansi/Perusahaan

1.3.2 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

- a) Mendapatkan masukan/respon kembali untuk penyempurnaan kurikulum Program Studi agar sesuai dengan tuntutan industri dan masyarakat, serta pembangunan ada umumnya.
- b) Membina dan memperluas jaringan kerja sama antara Prodi maupun UPJ dengan instansi/perusahaan terkait.
- c) Memberikan masukan dalam mewujudkan kondep *link and match* dunia pendidikan dengan industry, serta meningkatkan kualitas layanan kepada berbagai pihak.

1.3.3. Bagi Instansi Perusahaan

- a) Menjalankan salah satu realisasi dalam hal tanggung jawab social kelembagaan.
- b) Menjalin hubungan baik instansi/perusahaan dengan perguruan tinggi.
- c) Menumbuhkan kerja sama saling menguntungkan bagi para pihak yang terlibat

1.4. Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan adalah TxT Creative (PT. Tekstindo Kreasi Optima) yang berlokasi pada Ruko Dalton Timur DNLT – 026, Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

TxT Creative merupakan sebuah konsultan penyedia jasa produksi desain visual, strategi kampanye, dan pengembangan sosial media atau *digital*. Didalamnya terdapat beberapa divisi seperti desain, kreatif dan *digital*.

TxT Creative yang telah berdiri sejak tahun 2015, yang bergerak di bidang produksi desain visual, strategi kampanye, dan pengembangan sosial media atau digital. Adapun beberapa hasil perkerjaan dari TxT Creative adalah memproduksi identitas sebuah produk, konten media sosial, manajemen krisis, perencanaan produksi iklan berbasis digital, dan kampanye berbasis digital.

Alasan praktikan memilih TxT Creative sebagai tempat untuk melakukan kegiatan kerja profesi adalah bidang perkerjaan utama TxT Creative berbasis *digital*. Dengan berkembangnya secara pesat teknologi, informasi, dan komunikasi pada bidang berbasis *digital*. Praktikan merasa jika melakukan kerja profesi pada

perusahaan TxT Creative merupakan hal yang tepat untuk mengikuti perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi berbasis *digital*.

1.5. Jadwal Waktu KP

Kegiatan Kerja Profesi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mengharuskan praktikan untuk melakukan kegiatan kerja profesi selama minimal 400 jam, atau yang dapat dihitung selama tiga bulan. Praktikan melakukan kegiatan KP selama 61 hari dengan 8 (delapan) jam per hari, yang jika dijumlah selama 488 jam kerja yang dimulai dari tanggal 2 Juni 2020 sampai dengan 31 Agustus 2020. Sebelum melakukan Kerja Profesi pada TxT Creative, praktikan sudah melakukan beberapa kali pencarian tempat untuk melakukan Kerja Profesi yang dimulai pada bulan akhir. Berikut rincian waktu dan kegiatan yang dilakukan oleh praktikan selama periode Kerja Profesi.

Tabel 1.1 Timeplan Kegiatan Kerja Profesi

NO	Kegiatan	Bulan																							
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				Sept.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Memproduksi CV, Portfolio, dan Cover Letter	■																							
2	Mengirimkan Lamaran		■	■	■																				
3	Mengajukan Lamaran Kompress				■																				
4	Mendapatkan Tawaran di TxT Creative				■																				
5	Mengirimkan Lamaran ke TxT Creative				■																				
6	Melakukan Proses Interview					■																			
7	Diterima di TxT Creative						■																		
8	Pelaksanaan KP (61 Hari, 488 Jam)									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Pelaksanaan Bimbingan KP										■														
10	Produksi Laporan KP										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11	Pengumpulan Laporan KP																								■

Pada tanggal 10 April 2020, praktikan memulai pertama kali mencari lowongan dengan cara menghubungi beberapa relasi yang dikenal. Mulai dari *Marketing Communication FIFGROUP* dan *Human Resource Grab Indonesia*. Namun, dikarekna kondisi pandemi yang sedang meninggi saat itu, maka praktikan tidak menemukan lowongan magang ataupun kerja profesi yang masih tersedia. Lalu pada minggu kedua hingga ketiga bulan April, praktikan terus mencari lowongan praktik kerja profesi pada situs-situs penyedia lowongan

perkerjaan seperti Glints, Street Jobs, dan LinkedIn. praktikan sudah mencoba mengirimkan lowongan ke beberapa perusahaan seperti TikTok Indonesia, Glints Indonesia, dan beberapa kantor agensi di kawasan Jakarta Selatan. Namun, hingga akhir bulan April praktikan belum menerima respon apapun dari berbagai perusahaan tersebut.

Hingga pada akhirnya, pada tanggal 30 April, praktikan memutuskan untuk melamar diri pada lowongan Kerja Praktik di Media Internal Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, yaitu KOMPRESS. praktikan sudah mengajukan segala dokumen yang dibutuhkan kepada KOMPRESS. Hingga akhirnya pada 5 Mei 2020 praktikan mendapatkan tawaran lowongan pada TxT Creative, pada posisi Content Creator. Namun, dikarenakan batas pengumpulan video wawancara KOMPRESS pada tanggal 11 Mei 2020 dan wawancara dengan TxT Creative baru dilaksanakan pada 13 Mei 2020. praktikan memutuskan untuk mengikuti kedua wawancara tersebut. Hingga pada akhirnya pada tanggal 14 Mei 2020, praktikan resmi diterima di TxT Creative sebagai Content Creator dan mengajukan pengunduran diri dari KOMPRESS.

Pada tanggal 2 Juni 2020 merupakan hari pertama dari praktikan melakukan kerja profesi, di TxT Creative yang dengan sistem *Work From Office*. Dengan periode kerja profesi 2 Juni – 28 Agustus 2020.

