

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Kehidupan di masa modern ini berkembang begitu pesat, persaingan terutama di dunia kerja pun semakin ketat. Untuk itu, setiap individu harus mampu beradaptasi dengan menguasai berbagai keterampilan agar memiliki daya saing yang tinggi. Permasalahan mendasar yang sering terjadi adalah saat mahasiswa yang baru lulus atau biasa disebut dengan istilah *fresh graduate* terkadang bingung ingin mencari pekerjaan seperti apa yang cocok untuk dirinya. Hal ini disebabkan masih banyak perguruan tinggi yang belum memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk merasakan dunia kerja dan mengaplikasikan teori yang selama ini dipelajari di dalam kelas perkuliahan.

Melalui interaksi yang erat antara perguruan tinggi dengan dunia kerja, harusnya akan hadir kemajuan dan pembangunan bangsa, serta turut mewarnai budaya dan peradaban bangsa secara langsung. Seluruh kampus harus menekankan bahwa pentingnya kolaborasi antara pendidikan vokasi dengan dunia industri (Makarim, Nadiem. 2020). Pada saat ini kampus harus aktif bekerja sama dengan instansi manapun itu terkait pengembangan kemampuan mahasiswanya untuk dapat bersaing di dunia kerja nanti. Pendidikan bukan lagi soal belajar teori tetapi belajar bagaimana dapat mengaplikasikan seluruh kemampuan dalam hasil yang nyata melalui karya di industri yang mahasiswa jalani nantinya.

Universitas Pembangunan Jaya berusaha mewujudkan hal tersebut melalui diadakannya mata kuliah wajib yaitu Kerja Profesi bagi mahasiswanya yang dianggap telah memenuhi persyaratan untuk mengembangkan skill serta pengetahuan yang mereka miliki di dunia kerja sesungguhnya. Untuk itulah mengapa saat ini juga banyak sekali perguruan-perguruan tinggi yang telah hadir menghiasi tiap daerah di Indonesia. Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berdiri sejak tahun 2011, memiliki sepuluh jurusan program studi yang salah satunya adalah Ilmu Komunikasi (Upj.ac.id). Ilmu Komunikasi pada umumnya mempelajari bagaimana kita menyampaikan pesan atau berita secara efisien dan efektif. Komunikasi memiliki

erat kaitannya dengan pemanfaatan teknologi dan penemuan baru seiring perkembangan jaman. Misalnya perkembangan internet, pengaruh media, tren hiburan yang sedang populer dan faktor-faktor lainnya. Karena tren dan teknologi selalu berkembang, kurikulum dan penyampaian perkuliahan komunikasi juga berubah-ubah, sehingga ilmu ini tidak akan habis.

Misalnya perkembangan internet, pengaruh media, tren hiburan yang sedang populer dan faktor-faktor lainnya. Karena tren dan teknologi selalu berkembang tiada hentinya, kurikulum dan penyampaian perkuliahan komunikasi juga berubah-ubah, sehingga ilmu ini akan terus mengalami pembaharuan seiring hadirnya konsep-konsep baru didalam perkembangan teknologi. Untuk mendapat pekerjaan yang sesuai mahasiswa harus mengimbangi hard skills dan soft skills karena kedua hal tersebut merupakan modal awal untuk memasuki dunia kerja.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu praktik nyata sebagai pedoman mahasiswa dalam melatih soft skills serta menyalurkan seluruh pengetahuan yang telah diajarkan pada saat sesi kuliah berlangsung. Selain itu KP juga dapat mengajarkan mahasiswa untuk mengerti sistem maupun prosedur di dunia industri yang serba cepat dan sistematis sehingga membutuhkan pemikiran cepat, aktif, dan kreatif dalam menghasilkan suatu karya. Pengalaman yang dihasilkan melalui KP penting untuk didapatkan agar saat lulus nanti mahasiswa tidak lagi kaget dan sudah mengerti bagaimana alur sebenarnya di dunia kerja yang nyata. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program KP sangat penting bagi mahasiswa dalam melihat realita kerja di industri yang begitu dinamis dan khususnya mahasiswa yang ingin melatih *soft skills* mereka di dunia industri tersebut.

Program KP ini pada dasarnya wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa yang menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Jaya dengan tujuan untuk melatih soft skills mahasiswa dalam melihat realita pekerjaan industri yang begitu dinamis dan terus berkembang. Mahasiswa akan memetik sebuah pelajaran berharga saat mengikuti program KP karena di saat itulah mereka dibentuk sesuai kemampuan dan pengetahuan yang telah diberikan oleh kampus selama pengajaran berlangsung. Melihat kebutuhan perusahaan ataupun industri yang semakin dinamis, mahasiswa dituntut untuk mengerti bagaimana peran internet atau biasa dikenal dengan sebutan *digital* yang menjadi penting

perannya pada saat ini

Bahkan sekarang bisa dibilang adalah eranya digital. Semua perusahaan hampir menggunakan sistem digital sebagai jalur pemasaran dalam mencari nama serta nilai profit tinggi. Berdasarkan laporan terbaru *we are social* pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, menunjukkan adanya kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini (detiklnet,2020). Perusahaan-perusahaan di era sekarang telah melihat peluang besar di dunia digital sehingga mereka saat ini cenderung lebih mengutamakan internet sebagai kebutuhan utama dalam memperkenalkan produknya.

Apalagi ketika dunia sedang dihantam suatu pandemi yang cukup mengerikan yaitu virus Covid-19, setiap perusahaan berusaha beralih memasarkan produknya melalui sistem digital. Internet yang mencakup media sosial, media online, dll menjadi kebutuhan utama perusahaan untuk dapat *survive* di tengah krisis yang melanda hampir di seluruh dunia. Perusahaan-perusahaan ini berusaha menerapkan konsep *digital marketing* agar setiap produknya tetap dapat eksis dan memiliki nama di pasaran

Setiap kreativitas diperlukan dalam menjalankan peran sebagai *digital marketing*. Karena menjalankan peran sebagai digital marketing menuntut pemikiran-pemikiran baru, fresh, dan unik sehingga menghasilkan gagasan terbaik untuk perusahaan yang dijalani. Perencanaan dan produksi konten menjadi dua hal utama saat ingin masuk ke dalam peran *digital marketing*.

Perencanaan dan produksi konten biasanya akan bersinggungan dengan pemanfaatan media sosial yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Mulai dari *Youtube, Twitter, Facebook*, hingga Instagram menjadi fokus utama seorang digital marketing dalam menjalankan perannya untuk mempromosikan konten tentang perusahaan yang ada. Konten yang diusung perlu kreatif agar dapat menarik engagement yang tinggi sehingga citra perusahaan akan naik lebih tinggi lagi. Salah satu perusahaan yang menerapkan peran *digital marketing* adalah F Hotel Jakarta. Praktikan memilih perusahaan F Hotel dalam divisi creative sebagai tim digital marketing untuk melaksanakan KP. Alasan praktikan memilih F Hotel adalah karena praktikan menganggap hotel merupakan perusahaan yang memerlukan media sebagai kebutuhan utama dalam mempromosikan konten yang ada.

Apalagi saat pandemi Covid-19 seperti ini, seluruh hotel saling berlomba untuk menaikkan kembali namanya di dunia digital khususnya di media sosial untuk kembali mendapat kepercayaan dari konsumen. Praktikan melihat hal ini adalah sebuah peluang untuk dapat berkreasi dan menuangkan seluruh kreativitas yang dimiliki oleh praktikan melalui konten-konten yang dibuat untuk membangkitkan kepercayaan konsumen sehingga F Hotel mampu bersaing dan bahkan lebih luas lagi dikenal tidak hanya di Jakarta saja.

Di sisi lain, spesifikasi yang dimiliki oleh praktikan adalah sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan jurusan *Broadcasting Journalism* yang tentu cukup berhubungan juga dengan tugas yang praktikan jalankan di F Hotel sebagai *digital marketing*. Pekerjaan yang praktikan lakukan untuk F Hotel berhubungan dengan mata kuliah yang praktikan pernah dapatkan selama masa kuliah seperti mata kuliah media audio visual dan produksi berita televisi.

Dalam pembuatan konten ini, praktikan mengaplikasikan seluruh pengetahuan yang telah diajarkan selama kuliah khususnya dalam teknik jurnalistik yaitu menulis sebuah konten. Praktikan juga membuat *script* serta *benchmark* untuk memproduksi suatu konten menggunakan kamera dalam menghasilkan hasil visual yang menarik yang tentu sudah sesuai konsep yang dibuat. Pada kali ini, praktikan ingin menjabarkan bagaimana proses kerja keseluruhan pada bagian digital marketing serta kesulitan-kesulitan yang praktikan hadapi selama proses KP berikut dengan cara mengatasi kesulitan tersebut, dan berusaha menjabarkan pengetahuan pelaksanaan kerja yang didapat selama melaksanakan kerja profesi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud

- a) Mempelajari profesi sebagai digital marketing dalam perusahaan pelayanan jasa.
- b) Mempelajari strategi *digital marketing* yang digunakan dalam perusahaan pelayanan jasa.
- c) Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan dalam dunia kerja, sesuai dengan program studi Ilmu Komunikasi khususnya dalam kajian media baru serta *digital marketing*.

1.2.2

Tujuan

- a) Memperoleh wawasan tentang profesi digital marketing dalam perusahaan Pelayanan jasa.
- b) Memperoleh pengetahuan mengenai strategi digital marketing yang digunakan dalam perusahaan pelayanan jasa.
- c) Memperoleh pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan dari pekerjaan nyata yang sesuai dengan teori yang pernah diajarkan selama kuliah sehingga dapat mengaplikasikannya di dunia kerja.

1.3

Manfaat Kerja Profesi

Bagi Universitas Pembangunan Jaya

- a) Mendapatkan masukan dalam penyempurnaan kurikulum program studi sesuai dengan tuntutan industri dan masyarakat.
- b) Membangun dan menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan kecil maupun yang sudah ternama.
- c) Memberikan masukan dalam mewujudkan konsep *link and match* dunia pendidikan dan industri.
- d) Membangun citra kampus dengan segala keunggulan yang dimiliki didalam dunia industri.

Bagi Mahasiswa

- a) Mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dengan program studinya sehingga mahasiswa dapat memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan yang mumpuni di bidangnya sebelum merasakan langsung sulitnya bersaing di dunia industri.
- b) Dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan mengembangkannya sesuai dengan studi kasus yang dipelajari selama melakukan KP.
- c) Dapat merasakan dan memahami realita pekerjaan industri yang begitu dinamis dan serba cepat.

Bagi Instansi/Perusahaan

- a) Memperoleh tenaga kerja untuk bidang *digital marketing* yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam melakukan pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan dengan bidang *digital marketing*.
- b) Memperoleh informasi mengenai sistem pembelajaran yang terus

mengalami perkembangan dan tentu hadirnya konsep maupun teori-teori baru.

c) Memperoleh gagasan-gagasan baru yang inovatif dan lahir dari kreativitas seseorang.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Tempat Praktikan menjalankan kerja profesi yaitu di F Hotel Jakarta yang berada di Jl. Panglima Polim No.101, Jakarta Selatan. F yang berarti *famous* dan *fabulous* memiliki arti bahwa menjadikan semua tamu yang datang ke F Hotel sebagai orang terkenal dan spesial. Perusahaan ini merupakan anak usaha yang bergerak di bidang hospitality tentunya dengan naungan F Corporation (lifepal.co.id, 2019).

Alasan Praktikan memilih F Hotel Jakarta sebagai tempat mengadakan kerja profesi adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut, serta bagaimana penerapan konsep *digital marketing* pada perusahaan, bagaimana realisasi strategi *digital marketing* dalam melakukan perencanaan dan produksi konten untuk menambah pengalaman kerja

1.5 Jadwal Waktu Kerja Profesi
Tabel 1.1 Perencanaan waktu KP

No	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Mengirim cv ke beberapa perusahaan					
2	Berusaha mencari kenalan untuk mencari tempat KP					
3	Mendapatkan kenalan untuk tempat KP di beberapa perusahaan yang sesuai dengan Praktikan					
4	Mengurus dokumen untuk keperluan KP					
5	Melakukan print berbagai dokumen untuk KP (lembar bimbingan,kehadiran, absen dan lainnya)					
6	Mendapat panggilan dan melakukan interview di F Hotel					
7	F Hotel langsung memberi jawaban bahwa Praktikan dapat diterima sebagai digital marketing					
8	Memulai KP					
9	Melaksanakan KP pada bagian digital marketing (Perencanaan konten meliputi storyboard, script,Produksi visual konten, Handle social media					
10	Menyusun laporan KP sambil menjalankan KP di perusahaan					

Pada persiapan kerja profesi ini terdapat beberapa tahapan yang praktikan lewati sekitar 2 bulan yang diawali dari bulan April 2020 hingga bulan Agustus 2020. Tahapan pertama yang dilalui oleh praktikan dalam rangka mempersiapkan kerja profesi ini adalah dengan mencari beberapa perusahaan yang sekiranya tepat untuk praktikan. Praktikan mengirim CV ke beberapa perusahaan seperti Trans 7, Metro TV, Net TV, Nusantara TV, Radar Bogor, Radar Depok, Kompas.com, Detik.com, dan IMTV. Praktikan sebenarnya sudah diterima di perusahaan IMTV pada bulan Mei namun karena beberapa pertimbangan praktikan tidak memilihnya. Akhirnya praktikan mendapat salah satu referensi dari dosen pembimbing untuk KP di perusahaan F Hotel. Praktikan mulai mengurus surat yang diperlukan untuk melaksanakan kerja profesi seperti CV, form pengajuan kerja profesi, transkrip nilai, kerangka acuan serta surat pengantar dari kampus. Dokumen tersebut diperlukan untuk diberikan pada perusahaan terkait yang dituju.

Pada bulan Mei 2020, praktikan mendapat titik terang yakni panggilan interview dari F Hotel. Setelah menunggu 2 minggu lebih akhirnya praktikan diterima dan ditempatkan pada bagian digital marketing untuk perusahaan F Hotel dengan memulai periode KP pada tanggal 3 Juni 2020 lalu berakhir pada tanggal 2 September 2020. Masa kerja praktikan selama 8 jam sesuai jam normal kerja biasanya dan dari hari Senin sampai Jumat. Dalam melaksanakan kerja profesi ini praktikan juga memiliki kewajiban untuk melakukan bimbingan serta menyusun laporan kerja profesi sambil melaksanakan KP di perusahaan.