

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Saat ini dunia sudah merambah masa revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan hadirnya konvergensi inovasi digital yang dimanfaatkan di berbagai area industri. Indonesia pun dituntut buat siap serta wajib merespon perubahan dunia yang luar biasa cepat ini. Nyatanya, perkembangan industri 4.0 Indonesia tidak bisa dilihat sebelah mata. Selaku buktinya, Indonesia terpilih selaku *official partner country* di *Hannover Messe 2021*. *Hannover Messe* ialah pameran teknologi industri terbesar di dunia yang telah berjalan sepanjang 72 tahun. Indonesia juga sebagai negara pertama di Asia Tenggara yang terpilih selaku *official partner country*, Sebagai *partner country* pada 2021 serta 2023, Indonesia dapat menampakkan diri selaku negara *emerging* yang sedang melaksanakan transformasi ekonomi menuju industri 4.0 berbasis studi dan inovasi. menampilkan keunggulan posisi Indonesia dalam industri 4.0 (Kurniawan, 2021).

Industri 4.0 membawa harapan sekaligus tantangan. Kesempatan efisiensi serta produktivitas yang hendak membuka pasar baru serta perkembangan ekonomi ialah harapan dari berkembangnya industri 4.0. Lewat industri 4.0, kualitas hidup seorang dapat bertambah, orang bisa bekerja lebih baik, serta kebutuhan hidup dapat dipadati secara lebih efektif dalam *platform* digital (Catriana, 2021).

Industri 4.0 juga membawa fenomena peralihan industri dari media konvensional ke media digital contohnya saat ini konvergensi media sudah memasuki dunia pertelevisian di Indonesia, sebab televisi siaran memulihkan program acaranya tidak cuma secara terrestrial, tetapi pula lewat *platform* digital. Perkembangan teknologi digital yang berbasiskan komputer dan internet ini pula turut membuat lahirnya berbagai platform yang dapat digunakan selaku media distribusi konten program-program stasiun televisi seperti stasiun NET Televisi yang menciptakan *platform* digital yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja, *platform* tersebut bernama Netverse (Mahameruaji, 2019).

*Platform* Netverse ialah kanal video yang berisi program-program dari NET Televisi yang akan *launching* pada bulan Oktober 2021. Sebelumnya nama dari *platform* layanan *streaming* NET Televisi adalah Zulu, namun NET Televisi memutuskan untuk *rebranding* menjadi Netverse (zulu.id, 2021).

*Platform* ini juga menghadirkan program acara unggulan dari NET Televisi seperti Tetangga Masa Gitu, *The East, Ini Talkshow*, Sarah Sechan, serta program lainnya, baik itu yang berupa *talkshow*, drama, *comedy*, *sitcom*, dan sebagainya. Sehingga, saat ini agenda tayang program televisi tidak jadi sesuatu perihal yang mutlak karena selama terdapat jaringan internet dan gawai yang dapat tersambung, hingga suatu konten program televisi dapat dinikmati lewat aplikasi ataupun website *streaming* televisi (zulu.id, 2021).

Namun, sayangnya di tengah perkembangan industri digital, Terdapat banyak area yang butuh dioptimalkan buat menggapai Industri 4.0 salah satunya merupakan dalam area pendidikan baik formal ataupun non formal. Realitanya terdapat kesenjangan antara antara perkembangan industri dengan realitas yang dimana pendidikan sampai bangku universitas pula tidak menjamin mutu mereka yang bakal siap buat bekerja (Gewati, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian menurut Willis Towers Watson yang dicoba sejak 2014 hingga 2016 menunjukkan bahwa 8 dari 10 industri di Indonesia kesusahan dalam mendapat lulusan mahasiswa dari perguruan tinggi dalam negeri yang siap digunakan. Sedangkan, hasil total mahasiswa lulusan perguruan tinggi di Indonesia tiap tahunnya sebesar 250 ribu mahasiswa. Apalagi, perkembangan jumlah industri di Indonesia berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun ini. Dalam satu dekade terakhir terdapat 3,98 juta industri baru mencuat di tanah air. Hal tersebut menunjukkan bahwa setidaknya setiap tahun menghasilkan 398.000 industri rintisan. Saat ini total industri di Indonesia mencapai 26,71 juta bersumber pada data Badan Pusat Statistik sepanjang 2017 (Gewati, 2021).

Usut punya usut, kondisi itu berlangsung karena mereka tidak mempunyai skill yang diperlukan industri disaat ini. Salah satu penyebabnya tiba dari kurikulum pada mayoritas perguruan tinggi yang sudah tidak sesuai lagi buat menanggapi kebutuhan industri. Pakar pendidikan Indonesia Arief Rachman menuturkan bahwa sebaiknya pemerintah serta perguruan tinggi dapat mengajak pihak swasta buat menyusun kurikulum yang tepat (Gewati, 2021).

Oleh karena itu perihal yang dapat dilakukan universitas untuk menciptakan mahasiswa yang memang terampil dalam berbagai hal, mempunyai *skill* serta siap bekerja sehabis lulus, maka diadakan salah satu program tambahan kepada mahasiswa dikala mereka menempuh studi S1 yakni dengan melalui aktivitas kuliah kerja kerja profesi di perusahaan. Seperti yang diinformasikan oleh Silvy Lestari Rivan, staff HRD sebuah industri konsultan perekrutan karyawan menyatakan sarjana juga wajib memiliki pengalaman yang mumpuni saat sebelum terjun ke dunia kerja, kuncinya adalah dengan kerja profesi (Renald, 2021).

Kerja profesi merupakan aktivitas pelatihan yang dilakukan oleh seorang mahasiswa bertujuan untuk meningkatkan kompetensi *soft skill* yang dipunyai. Dengan aktivitas kerja profesi pula industri dapat mendapat banyak manfaat, salah satunya dapat meningkatkan citra industri di mata orang banyak. Penelitian yang dilakukan oleh Rugaiyah (2011) merumuskan kalau program kerja profesi bisa tingkatkan kemampuan *soft skill* yang dipunyai oleh mahasiswa. *Soft skill* tersebut yang dimaksud antara lain seperti, kemampuan berkomunikasi dengan baik di lingkungan sekitar, kemampuan menyesuaikan diri, kemampuan mengelola kerja tim, kemampuan bersosialisasi, serta ketelitian dalam bekerja (Rahadi, 2020).

Salah satu perguruan tinggi yang melaksanakan program kerja profesi buat mahasiswa yaitu Universitas Pembangunan Jaya (UPJ). Universitas Pembangunan Jaya sudah berdiri sepanjang 8 tahun semenjak tahun 2011. UPJ sendiri didukung oleh kelompok usaha Pembangunan Jaya yang terdiri dari 17 usaha dibidang property, manufaktur, konsultan manajemen, konsultan desain, kontraktor, pariwisata, trading, mekanikal dan elektrikal serta pendidikan. Kelompok usaha Pembangunan Jaya ini telah berdiri lebih dari 50 tahun serta beritikad untuk mengabdikan sebagian dari aktivitas usaha induknya ke pendidikan dalam membangun sumber daya manusia Indonesia yang bermutu. Itikad inilah yang akhirnya melahirkan berdirinya Yayasan Pembelajaran Jaya pada tahun 1991, dimana didalamnya ada TK, SD, SMP, SMA serta Universitas Pembangunan Jaya ([upj.ac.id](http://upj.ac.id), 2021).

Selaku salah satu mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang memilih peminatan *public relations*, pengalaman dalam memahami *hard skill* serta *soft skill* buat bekal terjun ke di dunia industri sangatlah berguna. Melalui pengalaman-pengalaman tersebut dapat menambah mutu praktisi *public relations* itu sendiri dalam dunia kerja. Kualitas *public relations*

dalam berbicara dengan pihak luar sebagai salah satu penentu kualitas reputasi seseorang praktisi *public relations*. Sehingga selaku mahasiswa calon praktisi *public relations* yang nantinya akan terjun ke industri, pengalaman kerja profesi ialah perihal yang sangatlah berarti serta sangat diperlukan. Pengalaman yang sangat ingin didapatkan oleh praktikan dalam aktivitas kerja profesi merupakan bagaimana praktiknya kegiatan-kegiatan ataupun pekerjaan yang dilakukan oleh seorang praktisi *public relations*. Salah satu dari sekian banyak fungsi, tugas serta peran yang dicoba oleh praktisi *public relations* yaitu dalam membangun serta mempertahankan citra yang baik pada suatu industri dapat dilakukan melalui program-program di media digital.

Perihal ini seperti yang telah dipelajari dalam pembelajaran perkuliahan, salah satu metode yang dicoba praktisi *public relations* untuk meningkatkan image ataupun melindungi reputasi industri merupakan dengan memanfaatkan media digital. *content writing* bisa dimanfaatkan untuk memutuskan kalimat yang tepat disaat *public relations* hendak mengkampanyekan sesuatu melalui media digital. Seorang *public relations* harus memiliki keterampilan menulis seperti salah satu kegiatan *public relations* yaitu *public relations writing* yang dimana seorang *public relations* melakukan kegiatan menulis baik itu menulis berkaitan dengan media promosi perusahaan, seperti *content writing*, *newsletter*, *company profile*, brosur, dan sebagainya atau berkaitan dengan *media relations* seperti *press release* dan *press conference* (Kriyantono, 2016).

*Content writing* sangat bermanfaat buat merancang kalimat yang paling baik buat digunakan dan membantu memudahkan kampanye *public relations* dalam sebuah kalimat padat yang bermutu. Hal ini sesuai dengan konsep AIDCA. Menurut Frank Jefkins dalam membuat *content writing* supaya menarik harus memperhatikan tahapan strategi pesan kreatif untuk membuat sebuah konten menjadi lebih menarik yang dikenal dengan istilah AIDCA (Jefkins, 2015).

Terdapat lima tahapan dalam formula AIDCA, yang pertama *attention* dalam sebuah *content writing* yang harus memiliki unsur menarik perhatian khalayak sasaran, baik pembaca, pendengar ataupun pemirsa. Selanjutnya, terdapat *interest* yaitu menentukan bagaimana cara agar khalayak berminat dan ingin tahu lebih jauh (Jefkins, 2015).

Kemudian, *desire* yaitu menggerakkan kemauan seseorang buat mempunyai ataupun menikmati produk tersebut. Setelah itu, terdapat *conviction* digunakan untuk menjawab kekhawatiran calon konsumen, dan yang terakhir adalah *action*, yang digunakan sebagai pengaruh pada target audiens agar melaksanakan tindakan dalam waktu kurun ygng cepat (Jefkins, 2015). Hal persuasi ini sangat berarti buat dipahami selaku perlengkapan dalam aktivitas membangun *brand awareness* karena *public relations* tidak hanya membagikan informasi yang mendidik kepada publik namun ia pula wajib membuat publik percaya bahwa mereka memiliki alasan untuk setuju dengan pendapat ataupun pernyataan kita.

Dengan formula AIDCA tersebut memudahkan praktikan dalam mencari tahu kalimat seperti apa yang akan digunakan dalam proses meyakinkan publik yang dilakukan oleh praktisi *public relations* seperti peminatan yang dipilih oleh praktikan. Selain itu *content writing* yang senantiasa dibahas dalam pembelajaran sepanjang perkuliahan membuat Praktikan ingin melihat apakah perihal tersebut sesuai dengan apa yang didapatkan selama pembelajaran di dalam kelas. Dikarenakan penjelasan serta studi kasus maupun praktik selama di kelas yang dirasa praktikan masih kurang membagikan gambaran serta penjelasan terkait suatu aktivitas sosial industri yang sesuai serta sebagai pembanding untuk Praktikan terkait apa saja yang terjalin di dunia Industri yang tidak sesuai maupun sesuai dengan yang dipelajari di dalam kelas. Praktikan memiliki pekerjaan utama di PT NET Mediatama Televisi sebagai *digital copywriter* yang bertugas untuk membuat *content writing* yang menarik dan kreatif untuk mempersuasi khalayak.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

- a) Mempelajari profesi sebagai *Digital Copywriter* dalam perusahaan media swasta nasional.
- b) Mempelajari bagaimana membuat sebuah tulisan yang mampu menarik perhatian target konsumen yang dituju.
- c) Tingkatkan pengetahuan, pengalaman, keahlian serta kemampuan dalam dunia kerja, sesuai dengan program studi Ilmu Komunikasi.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- a) Memperoleh wawasan tentang profesi *Digital Copywriter* di perusahaan media swasta nasional.
- b) Memperoleh pengetahuan bagaimana mengelola platform layanan streaming NET Mediatama Televisi.
- c) Memperoleh pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan dalam dunia kerja, sesuai dengan program studi Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian *Public relations* dalam membuat *content writing*.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

NET Televisi yaitu stasiun televisi swasta yang termasuk baru di Indonesia. NET TELEVISI terletak di Gedung The East, Jl. DR. Ide Anak Agung Gede Agung Kav. E.3.2 No. 1, Jakarta Selatan. NET Televisi pertama kali diluncurkan pada tahun 2013. Agus Lesmono sebagai komisaris utama NET bersama dengan Wishnutama sebagai *Co Founder* NET Televisi memiliki visi untuk membangun stasiun televisi dengan konten yang modern dan mengedepankan teknologi informasi (netmedia.co.id, 2021).

Alasan praktikan melakukan kerja profesi di NET Mediatama Televisi adalah karena NET Mediatama Televisi merupakan stasiun televisi yang lahir dengan konsep yang berbeda, ialah membangun suatu stasiun televisi yang mengantarkan suatu revolusi media yang maju serta lebih modern. NET bisa mengemas program-programnya dengan citra yang segar serta berbeda dari Televisi yang lain. Citra yang dipunyai NET pula memiliki nilai yang baik di mata penduduk muda Indonesia, perihal ini bisa kita amati dari kreatifitas NET dalam melakukan HUTnya yang berbeda dari stasiun televisi lain mulai dari kegiatan pembukaan hingga dengan pemilihan bintang tamu yang hendak terlihat pada kegiatan tersebut. NET pula mengedepankan mutu sebab NET merupakan televisi awal yang menampilkan mutu gambar mereka secara HD (*High Definition*).

## 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

NO	Kegiatan	Bulan																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		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	2	3	4
1	Membuat CV, Portofolio, Cover Letter	█	█	█	█																								
2	Pencarian tempat KP					█	█	█	█																				
3	Mengurus dokumen KP									█	█	█	█																
4	Melaksanakan KP													█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
5	Bimbingan KP														█												█		
6	Membuat Laporan KP																					█	█	█	█	█	█	█	█
7	Mengumpulkan Laporan KP																												█

Dalam pelaksanaan kerja profesi, terdapat 7 tahap yang praktikan lakukan dari bulan Maret hingga September, mulai dari proses persiapan CV, *interview*, pelaksanaan KP, hingga menyusun laporan KP. Tahap pertama yang dilakukan Praktikan adalah mencari informasi terkait instansi yang sedang melakukan lowongan kerja profesi. Setelah itu, Praktikan membuat *curriculum vitae* (CV) yang baik dan benar, kemudian membuat *portofolio* dan *cover letter*. Kemudian Praktikan mulai mengirimkan CV, *portofolio* dan *cover letter* ke perusahaan-perusahaan yang ingin dituju oleh praktikan, baik melalui email, form online maupun secara langsung. Pada bulan Juni, praktikan mendapatkan *feedback* dari pihak HRD NET Mediatama Televisi untuk melakukan tes psikotes, proses *interview* dengan HRD maupun dengan *user*. Setelah melakukan proses *interview* dengan HRD dan *User*. Setelah menunggu sekitar 7 hari, praktikan langsung mendapatkan *email* dari HRD Net Mediatama bahwa praktikan diterima kerja profesi di NET Mediatama Televisi.

Setelah melakukan beberapa kali pencarian tempat kerja profesi dan *Interview*, Praktikan diterima untuk melakukan kerja profesi di beberapa perusahaan, antara lain PT Elnusa Petrofin, WEBTVAsia Indonesia dan PT NET Mediatama Televisi. Dengan berbagai diskusi lebih lanjut dengan Dosen Pembimbing dan Orang Tua, praktikan memutuskan untuk melakukan kerja profesi di PT. NET Mediatama Televisi.

Praktikan melaksanakan aktivitas kerja profesi sejak tanggal 14 Juni – 13 September 2021. Kerja profesi dilaksanakan setiap hari Senin – Jumat, mulai dari pukul 09.30 WIB sampai dengan 16.00 WIB. Pada proses kerja profesi ini praktikan memiliki kewajiban buat melaksanakan bimbingan serta membuat laporan kerja profesi di bulan kedua, yang dimana targetnya laporan kerja profesi tersebut akan selesai sesuai dengan jadwal yang sudah dibuat.

