

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pengalaman di dunia kerja merupakan salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh setiap individu, mengingat semakin ketatnya persaingan dan banyaknya *job seeker* yang mencari pekerjaan setiap harinya. Hal tersebut mengharuskan setiap individu untuk terus berkembang dan mencari pengalaman, agar memiliki potensi dan dilirik perusahaan. Dilansir dari iNews.id, pada tahun 2020 periode April sampai dengan Juni terjadi lonjakan pencarian kerja dengan total 300 juta lebih pencarian kerja di Jobstreet.co.id (Prayoga, 2020). Pengalaman dapat memperlihatkan keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh seseorang dalam dunia kerja, sebuah pengalaman tersebut akan menjadi kompetensi pada bidang tertentu serta akan mengembangkan karir yang dimiliki individu tersebut.

Faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan karir individu adalah pengalaman, pengalaman kerja merupakan tingkatan penguasaan keterampilan serta pengetahuan yang dimiliki oleh individu dalam bekerja yang mana dapat diukur dari masa kerja atau jangka waktu dan jenis pekerjaan yang pernah dikerjakannya. Pengalaman kerja merupakan salah satu persyaratan yang dilirik oleh perusahaan dan bisa dipertimbangkan. Karena memiliki bekal dalam pengalaman tersebut setiap individu diharapkan memiliki kualitas sumber daya yang tinggi dan dapat meningkatkan prestasi dalam bekerja lebih tinggi lagi. Berdasarkan hal tersebut, keterampilan yang dimiliki oleh individu dalam melaksanakan tugasnya didapat seiring dengan masa kerja atau waktu kerja yang ditekuni. Keberhasilan individu dalam mencapai prestasi kerja yang tinggi kemungkinan memiliki hubungan dengan pengalaman kerja yang pernah dihadapi. Karena pengalaman kerja merupakan salah satu hal yang mendasari individu dalam melaksanakan pekerjaannya (Arisandy, 2015).

Karir merupakan salah satu hal yang harus dimiliki dalam kehidupan individu, memiliki kemampuan yang baik dapat mengembangkan karier atau posisi yang

dimiliki. Kemampuan yang dimiliki oleh para individu dalam suatu organisasi sangatlah beragam, hal ini dapat dilihat dari berbagai macam divisi dan sektor-sektor yang ditempatinya. Perkembangan di bidang keterampilan serta pengalaman kerja mengharuskan perusahaan semakin peka dalam meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki. Dalam hal ini setiap individu yang menduduki jabatan divisi atau jabatan tertentu dalam suatu perusahaan, memiliki kemampuan yang sesuai dengan persyaratan yang diperlukan dalam posisi tersebut. Dalam hal tersebut, untuk menyikapi fenomena yang terjadi. Perlu adanya tindak lanjut dari perusahaan untuk setiap individu memiliki kemampuan dan pengalaman yang sesuai dan upaya agar kemampuan yang dimiliki oleh individu tidak sama tetapi mereka tetap terus berkembang (Arisandy, 2015).

Sebagai wujud untuk memenuhi kebutuhan perusahaan untuk mengembangkan sebuah perusahaan yang nantinya terkait dengan pengembangan karier. Dalam hal ini, seorang individu yang mengembangkan kariernya harus memahami dan mempelajari beberapa aspek yaitu adalah memahami tentang kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan darinya. (Arisandy, 2015).

Bagi perusahaan, individu yang memiliki keterampilan dan pengalaman kerja yang baik dapat mempercepat pencapaian serta tujuan yang dimiliki oleh perusahaan, karena ia diberikan tugas dan tanggung jawab di bidangnya masing-masing yang dipercayakan oleh perusahaan. Sebaliknya, individu yang tidak terampil dapat memperlambat tujuan dan pencapaian yang dimiliki oleh perusahaan. Karena keterampilan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan berbagai macam aktivitas atau pekerjaan, hal tersebut merupakan kapasitas yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melaksanakan rangkaian tugas yang diberikan dari berkembangnya keterampilan yang dimiliki oleh individu. Keahlian tersebut dapat dilihat dari seberapa baiknya seseorang dalam melaksanakan kegiatan yang diberikan, seperti berkomunikasi secara efektif, menyusun dan mengimplementasikan strategi komunikasi bisnis yang baik (Arisandy, 2015).

Individu harus memiliki keterampilan dan pengalaman kerja yang baik, karena Ketatnya persaingan pada pencarian kerja, menyebabkan banyak *job seeker* yang

diragukan oleh perusahaan karena mereka tidak memiliki pengalaman serta skill yang dibutuhkan dalam menjalankan sebuah pekerjaan. Hal ini menyebabkan tidak dilirikinya *job seeker* oleh perusahaan yang menyediakan lowongan pekerjaan. Badan Pusat Statistik (BPS) mendata bahwa Indonesia memiliki 8,75 juta pengangguran pada Februari 2021 dan jumlah ini meningkat dibandingkan periode sebelumnya (Mutia, 2021).

Ketatnya persaingan dalam dunia kerja mengharuskan mahasiswa untuk memiliki pengalaman kerja, terutama mahasiswa yang baru lulus dan ingin melamar pekerjaan ke suatu perusahaan. Mahasiswa melakukan praktik kerja atau magang di sebuah perusahaan dan bekerja langsung dalam lingkungan kerja yang nyata. Program praktik kerja (magang) merupakan kesempatan emas untuk mendapatkan sebuah pengalaman yang berharga bisa bekerja secara profesional dengan didampingi para ahli di bidangnya masing-masing. Praktik kerja juga membangun mahasiswa untuk memperluas relasi yang dimilikinya, membangun karier serta *skill* berinteraksi dengan orang-orang yang berpengalaman (Liputan6.com, 2018).

Praktek kerja atau magang sangat penting untuk menambah portofolio pengalaman kerja, karena hal tersebut merupakan sebuah pembuktian bahwa individu memiliki sebuah kualitas sekaligus sebagai orang yang bisa diandalkan. Hal tersebut juga menyebabkan mahasiswa memiliki *track record* yang baik di perusahaan, dan dapat mempermudah mahasiswa ketika baru lulus untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Karena individu dilirik oleh perusahaan berdasarkan pengalaman serta keterampilan yang ia punya di tempat magang sebelumnya (Chandra, 2019).

Terkait dengan hal tersebut, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswanya mengikuti kerja profesi dengan harapan para mahasiswa bisa meningkatkan keterampilan, relasi, pengetahuan dan pengalaman dunia kerja yang sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya. Serta memiliki gambaran dan mengenali ruang lingkup dunia kerja lebih nyata serta berkesempatan mengaplikasikan teori yang dipelajari di masa perkuliahan saat sedang melakukan kerja profesi.

Ilmu komunikasi merupakan salah satu program studi yang dimiliki oleh Universitas Pembangunan Jaya, dan salah satu minornya adalah *public relation* atau hubungan masyarakat. *Public relation* dapat didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang bisa mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi (Cutlip, Center, & Broom, 2011).

Menurut *The Business Research Company*, pasar global *public relations* akan mengalami kenaikan sebesar 10.2% pada tahun 2021. Salah satunya dikarenakan semakin banyaknya perusahaan yang mulai pulih dari pandemi Covid-19 sedang mulai mengatur ulang sistem operasi yang mereka miliki. (Thebusinessresearchcompany.com, 2021). Sebagai *public relations* harus bisa melakukan sebuah komunikasi strategis yang membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Selain itu, untuk bisa mengikuti perkembangan jaman, *public relation* harus mengetahui cara mengelola media sosial dengan baik, karena citra perusahaan tercermin dari aktivitas media sosial yang dimilikinya. Dengan kata lain, penting untuk mengatur strategi komunikasi dengan baik, agar publikasi yang dilakukan oleh perusahaan sukses menarik perhatian *audience* secara positif dan tidak menimbulkan permasalahan apapun yang menjadi tanggung jawab seorang *public relation* (Newsom & Jim Haynes, 2011).

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya dengan minor *public relation* atau hubungan masyarakat. Telah mempelajari mata kuliah yang berkaitan dengan kegiatan *public relation*, seperti yang telah dipelajari dari mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online*, Penulisan Hubungan Masyarakat, Produksi Hubungan Masyarakat, dan Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat. Pada keempat mata kuliah tersebut, mempelajari bagaimana proses komunikasi yang dilakukan pada media digital dapat berlangsung secara efektif. Serta komunikasi yang terjadi dapat tersampaikan kepada pihak-pihak yang dituju pada suatu organisasi. Sedangkan pengertian Ilmu Komunikasi adalah sebuah proses sistemis yang mana orang berinteraksi dengan membangun hubungan dan melalui simbol untuk bisa menciptakan dan menafsirkan suatu makna yang terdapat dalam komunikasi tersebut (Wood, 2013).

Selama menjalankan mata kuliah tersebut, praktikan diberikan pengetahuan dan wawasan untuk membuat sebuah perencanaan dan strategi komunikasi berbasis digital yang dapat diimplementasikan dari teori yang sudah dipelajari dari mata kuliah tersebut. Dalam hal ini praktikan, setelah praktikan lulus dari mata kuliah yang sudah dipelajari. Praktikan memiliki bekal pengetahuan yang cukup untuk melaksanakan kegiatan kerja profesi pada perusahaan yang menggunakan komunikasi berbasis digital sebagai media utama pada komunikasi dari perusahaan atau organisasi.

Merujuk sejumlah hal tersebut, praktikan melakukan kerja profesi di Hatchnesia Community yang berada di bawah naungan PT. Rancang Adi Cipta Kreasi. Perusahaan ini juga memiliki anak perusahaan yaitu Rack Digital dan The Hatch. Hatchnesia Community merupakan sebuah wadah atau tempat untuk melatih dan meningkatkan keterampilan agar siap terjun ke dunia kerja.

Hatchnesia memfokuskan anggotanya untuk bisa beradaptasi dan mengembangkan skill yang dimilikinya, mendapatkan pengalaman bekerja secara nyata yang dibutuhkan mahasiswa agar siap terjun ke dunia kerja dan dihadapkan langsung dengan klien dan proyek yang serius. Praktikan melaksanakan kerja profesi sebagai *Social Media Specialist* yang bertugas dan bertanggung jawab atas media sosial Hatchnesia, membuat *content mapping*, melakukan riset, membuat serta menulis konten, dan memberikan arahan kepada desainer atas visual konten. Selain menjadi *Social Media Specialist*, praktikan juga diberikan tugas untuk mengelola Key Opinion Leader (KOL) yang mana bertanggung jawab dalam mencari influencer yang tepat untuk sebuah brand yang sedang ditangani, agar audiens yang disasar tepat sasaran dan sesuai dengan persona yang dimiliki oleh influencer tersebut. Tugas praktikan adalah menganalisis dan menghubungi KOL atau influencer untuk perencanaan dan pelaksanaan sebuah kampanye sebagaimana yang diinginkan klien.

Praktikan merasa belum memiliki keterampilan yang baik sebagai seorang praktisi *public relation* khususnya *social media specialist*. Dan praktikan merasa tertarik untuk belajar dan bekerja sebagai *social media specialist* di suatu perusahaan. Maka dalam hal ini, praktikan memilih perusahaan PT Rancang Adi Cipta Kreasi atau The Hatch Indonesia yang mana merupakan sebuah inkubator talenta berupa *digital*

*marketing agency* sebagai tempat praktikan menjalankan kerja profesi. Praktikan melaksanakan kerja profesi sebagai *social media specialist* dalam *community skill up* yang dimiliki oleh The Hatch Indonesia yaitu Hatchnesia.

Tugas utama sebagai *social media specialist* di Hatchnesia adalah membuat perencanaan konten untuk social media instagram hatchnesia, menganalisis tren, melakukan riset, membuat serta menulis konten secara menarik agar meningkatkan *brand awareness* yang dimiliki oleh perusahaan, mengarahkan tim desain atau visual konten yang akan dibuat untuk diunggah ke media sosial Hatchnesia. Berdasarkan hal tersebut, ini merupakan pengalaman baru bagi praktikan untuk terjun ke dunia kerja sebagai *social media specialist*. Latar belakang yang dimiliki oleh praktikan dalam menjalankan kerja profesi sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor *public relation* juga penting untuk menambah wawasan serta mempelajari lebih dalam lagi mengenai beragam kegiatan yang dilakukan sebagai *social media specialist* di Hatchnesia.

Selain itu, sebagai mahasiswa ilmu komunikasi yang memiliki minor *public relation* atau hubungan masyarakat di Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu pra syarat utama untuk mahasiswa dalam menyelesaikan studi Strata Satu atau S1. Dalam hal ini, sebagai salah satu mata kuliah wajib, kerja profesi dapat dijalankan saat semester enam yang mana mahasiswa harus memiliki sks lulus sebanyak 100 sks. Mata kuliah kerja profesi mempunyai bobot 3 sks dengan jumlah jam kerja minimal 400 jam yang dapat dilaksanakan selama tiga bulan. Setelah melaksanakan kerja profesi mahasiswa wajib menyusun dan membuat laporan kerja profesi karena mereka memiliki kesempatan untuk bisa mengaplikasikan ilmu-ilmu yang didapatkan saat menjalani masa perkuliahan. Hal ini wajib dilakukan sebagai bagian dari proses Universitas Pembangunan Jaya untuk bisa menciptakan lulusan yang berkualitas dan siap bekerja di dunia profesional.

Kerja profesi merupakan hal yang penting bagi praktikan yang memiliki minor *public relation* di era digital saat ini yang mana sebagai *public relation* harus bisa melakukan komunikasi yang strategis dalam membangun sebuah hubungan yang baik antara masyarakat dengan perusahaan. Hal ini menjadi sangat penting untuk mempelajari lebih dalam lagi mengenai dunia di digital marketing serta praktikan bisa

mempraktikan secara langsung bagaimana bekerja di sebuah perusahaan digital marketing. Melalui laporan ini, praktikan akan menuliskan hal-hal yang dilakukan selama kerja profesi di dunia dunia digital agency serta permasalahan dan kendala yang ada dan bagaimana cara menghadapi permasalahan tersebut selama melakukan kerja profesi.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai *Social Media Specialist***

1. Mempelajari dunia kerja industri dalam bidang ilmu komunikasi.
2. Mempelajari bagaimana mengelola dan membuat konten di media sosial Hatchnesia.
3. Mempelajari bagaimana menganalisis sebuah konten dengan kreatif dan mengikuti *trend* yang sesuai dengan persona media sosial Hatchnesia.
4. Melatih dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam dunia kerja yang terkait sebagai *social media specialist*.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai *Social Media Specialist***

1. Mendapatkan pengalaman bekerja sebagai *social media specialist*.
2. Mampu untuk membuat perencanaan, memproduksi sebuah konten, dan mengelola media sosial.
3. Mendapatkan pengalaman bekerja untuk menganalisis KOL atau influencer untuk dimasukan ke dalam sebuah kampanye.
4. Mendapatkan wawasan dan kemampuan dalam melakukan strategi komunikasi untuk melakukan sebuah kampanye.

## **1.3 Tempat Kerja Profesi**

The Hatch Indonesia merupakan sebuah inkubator talenta berupa *digital marketing agency* yang memiliki tujuan untuk meningkatkan keterampilan dan menambah wawasan di bidang pemasaran digital. Dalam hal ini, The Hatch Indonesia memiliki *community skill up* yaitu Hatchnesia.

Hatchnesia sendiri merupakan sebuah *community* yang berada di bawah naungan PT Rancang Adi Cipta Kreasi dan memiliki anak perusahaan yaitu Rack

Digital dan The Hatch yang bergerak di bidang digital agency. Berlokasi di Jl. Darmawangsa IIA No. 11A, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

The Hatch Indonesia merupakan sebuah tempat pengembangan wawasan dan keterampilan yang membantu para anggotanya untuk bisa kompeten di digital agency. Perusahaan ini menerima project dan klien sehingga para anggotanya memiliki pengalaman bekerja di perusahaan digital marketing.

Disini para mahasiswa bisa mempraktikkan ilmu yang mereka pelajari di bangku kuliah serta mendapatkan pengalaman yang nyata dari berbagai jenis pekerjaan yang diterima. Praktikkan memilih melaksanakan kerja profesi di Hatchnesia karena memiliki ketertarikan di dunia *digital agency* dan ingin merasakan praktik kerja secara langsung. Disamping ingin belajar banyak mengenai industri kreatif dan ingin menambah pengetahuan dan wawasan di bidang tersebut. Praktikkan merasa bahwa Hatchnesia merupakan tempat yang tepat untuk bisa belajar dan menambah pengalaman dengan mengikuti berbagai project yang diberikan.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		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	Membuat CV dan Portofolio																												
2	Mencari Tempat Magang																												
3	Mengirimkan CV ke beberapa perusahaan																												
4	Mengirim CV, Portofolio, Cover Letter ke WhiteBoard Journal																												
4	Mengirim CV, Portofolio, Cover Letter ke UniP in																												
5	Interview UniP in																												
6	Mengajukan tempat magang di Hatchnesia																												
7	Mengirimkan surat pengantar kerja profesi																												
8	Diterima di Hatchnesia																												
9	Melengkapi Formulir Kerja Profesi																												
10	Melaksanakan kegiatan Kerja Profesi																												
11	Produksi Laporan Kerja Profesi																												

Pada bulan April minggu ketiga, praktikan membuat CV dan portofolio untuk melamar kerja profesi di berbagai macam perusahaan. Praktikan juga membuat akun LinkedIn dan Kalibr untuk mencari tempat kerja profesi, serta mencari informasi di website tersebut yang berkaitan dengan lowongan perusahaan yang sedang membuka lowongan *internship*.

Setelah mengirimkan CV dan portofolio ke beberapa perusahaan, praktikan masih belum mendapatkan feedback dari beberapa perusahaan yang sudah dilamar. Praktikan juga mengirimkan lamaran ke WhiteBoard Journal, yang mana dalam salah satu persyaratannya praktikan wajib mengirimkan artikel ke perusahaan WhiteBoard Journal, dan kemudian praktikan membuat artikel untuk persyaratan magang di perusahaan tersebut, kemudian mengirimkan CV, portofolio, dan Cover Letter ke Whiteboard Journal. Hingga akhirnya praktikan mendapatkan informasi bahwa UniPin sedang membuka lowongan magang sebagai *community internship*, setelah mendapatkan informasi tersebut praktikan mengirimkan CV dan portofolio ke UniPin. Setelah mengirimkan berkas lamaran kerja tersebut, praktikan menerima panggilan interview dari HRD UniPin. Selanjutnya, melakukan tahap interview. Praktikan ditawarkan oleh HRD Unipin untuk melakukan kerja profesi sebagai *Social Media Specialist*. Kemudian praktikan mengisi berkas yang dikirimkan pihak HRD UniPin dan akan dihubungi kembali setelah melalui tahap review oleh pihak UniPin.

Namun dikarenakan masih belum mendapatkan email feedback dari HRD UniPin, praktikan menghubungi Hatchnesia untuk magang di perusahaan tersebut dan praktikan menghubungi dosen pembimbing kerja profesi untuk menanyakan apakah bisa melanjutkan kerja profesi untuk mata kuliah di tempat magang yang sudah diterima sebelumnya. Kemudian setelah mendapatkan jawaban dari dosen pembimbing akademik praktikan menjadikan Hatchnesia sebagai tempat kerja profesi untuk mata kuliah wajib kerja profesi di Universitas Pembangunan Jaya. Setelah menghubungi Hatchnesia, praktikan diterima untuk melaksanakan kerja profesi sebagai mata kuliah. Kemudian setelah itu praktikan melengkapi berkas yang diperlukan baik itu untuk perusahaan maupun pihak kampus.

Praktikan melakukan kerja profesi pada tanggal 21 Juni 2021 sampai dengan 13 September 2021. Sehubungan kondisi pandemi Covid – 19, kerja profesi dilakukan

*Work From Home* (WFO) dari Senin sampai dengan Jumat secara online dan hanya ke kantor ketika mendapatkan panggilan atau brief secara khusus. Terkadang pada hari Sabtu dan Minggu praktikan tetap bekerja untuk mengurus media sosial dan KOL.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan kerja profesi pada program studi Ilmu Komunikasi Pembangunan Jaya harus dilakukan minimal selama 400 jam, yang dapat dihitung selama tiga bulan. Berdasarkan hal tersebut, praktikan melakukan kegiatan kerja profesi selama 62 hari dengan delapan jam per hari. Jika dijumlahkan praktikan bekerja selama 496 jam yang dimulai pada tanggal 21 Juni 2021 sampai dengan 13 September 2021.