

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Tantangan memasuki dunia kerja semakin sulit bagi *Fresh Graduate* dari waktu ke waktu. Lalu terlebih dengan bertambahnya jumlah lulusan dari beragam perguruan tinggi setiap tahunnya. Tantangan yang ada pun semakin berat dengan adanya pandemi yang mengakibatkan pekerjaan semakin langka dan memaksa perusahaan untuk melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Hanya SDM yang memang berkualitas, profesional dan mudah beradaptasi dengan dunia kerja yang akan bertahan dalam persaingan di dunia kerja yang sebenarnya. Kondisi persaingan pun akan semakin berat adanya kebijakan pemerintah yang mengizinkan Tenaga Kerja Asing (TKA) masuk ke Indonesia.

Dengan bekal ijazah dan pengalaman saja belum cukup bagi lulusan perguruan tinggi untuk dapat memperoleh pekerjaan sesuai dengan bidangnya. Berdasarkan Badan Pusat Statistik atau BPS, pada tahun 2014 saja sudah ada 9,5 persen (688.660 orang) dari total pengangguran yang merupakan alumni dari perguruan tinggi dan juga dari strata satu (S-1) yakni sebanyak 495.143 orang pada tahun tersebut (Gewati, 2016). Pada tahun 2021, sudah hampir 1 Juta orang yang menganggur terutama pada bulan Februari 2021.

Salah satu upaya dalam menyiapkan Sumber Daya Manusia yang sudah siap bersaing di dunia kerja yaitu dengan pelatihan atau mengikuti program magang. Magang itu sendiri menurut UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, adalah sebuah sistem pelatihan kerja yang diselenggarakan oleh perusahaan secara terpadu atau pelatihan di lembaga pelatihan dengan bekerja secara langsung dibawah bimbingan dan pengawasan instruktur atau pekerja/buruh yang lebih berpengalaman, dalam proses produksi barang dan jasa di perusahaan dalam rangka menguasai keterampilan atau keahlian tertentu (Pratama, 2021). Proses permagangan tersebut juga biasa dilaksanakan di perusahaan sendiri, perusahaan lokal, perusahaan internasional, atau perusahaan lain yang memang sedang menyelenggarakan pelatihan kerja.

Program magang itu sendiri merupakan salah satu upaya untuk menjembatani kesenjangan antara teori yang diperoleh oleh mahasiswa di bangku perkuliahan dengan kondisi profesi yang sebenarnya di lapangan. Kegiatan ini sebagai sarana yang nantinya untuk menunjang dan memperkaya pengalaman mahasiswa dan sekaligus sebagai sarana untuk mempromosikan dan memasarkan apa yang sudah dipelajari dan dialaminya (Musdalifah, 2018). Maka dengan memiliki pengalaman bekerja di industri profesional yang sudah termasuk dengan Hard Skill dan Soft Skill yang baik, Mahasiswa diharapkan lebih siap memasuki di dunia kerja.

Perguruan tinggi menjadi sebuah pilar dari lembaga yang sudah menyiapkan dan membentuk Sumber Daya Manusia sebelum mereka memasuki dunia sebenarnya yaitu dunia industri. Dengan memiliki tanggung jawab tersebut, perguruan tinggi nantinya akan melaksanakan program Praktik Kerja Industri sebagai bagian dari kurikulum wajib bagi mahasiswanya. Dengan adanya program Kerja Profesi tersebut, dipercaya akan meningkatkan dan juga memberikan wawasan yang luas kepada mahasiswanya dan menyiapkan mereka dalam dunia kerja yakni dengan mempraktikkan sebuah teori yang sudah pernah dipelajari di masa perkuliahan.

Program Magang di Universitas Pembangunan Jaya dikenal dengan nama kuliah profesi Kerja Profesi. Program tersebut diwajibkan oleh intitusi kepada mahasiswa semester enam. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa diwajibkan bekerja pada perusahaan yang didapatkan hingga 400 jam, dengan ketentuan bekerja 8 jam setiap harinya. Kerja Profesi memiliki bobot 3 SKS, dengan syarat kelulusan mulai dari pelaksanaan Kerja Profesi, Pelaporan Kerja Profesi dan juga Sidang Tugas Akhir. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi baik dari minor Public Relations (PR) dan juga Broadcasting (BJ) PUN diwajibkan untuk mengikuti kerja profesi ini.

Bagi mahasiswa minor Public Relations di Universitas Pembangunan Jaya, program Kerja Profesi ini sangat bermanfaat untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan yang terjadi di dunia kerja terutama di era digital. Hampir semua pekerjaan di bidang Public Relations saat ini tidak lepas dari teknologi media digital. Salah satu diantaranya dalam membangun hubungan dengan publik Internal maupun Eksternal perusahaan, praktisi Public Relations memproduksi konten digital yang didistribusikan melalui sarana media digital diantara lain yaitu seperti website,

media sosial dan lain – lain. Lalu beberapa jenis profesi terkait produksi dan distribusi konten digital terkait konten media digital yang lazim didapati dalam bidang kerja tersebut saat ini antara lain *Content Creator*, *Content Planner*, *Copy Writer*, *Content Writer*, *Social Media Specialist*, dan lain – lain.

Kegiatan tersebut saat ini tidak terbatas pada menjalin hubungan dengan stakeholder internal maupun eksternal perusahaan saja. Peran dalam bidang kerja tersebut memiliki sebuah peran penting dalam membantu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan terutama di bidang Marketing. Salah satu kegiatan Public Relations dalam Komunikasi Pemasaran yang banyak diminati saat ini adalah *Content Creator*. Yaitu bidang pekerjaan yang memiliki tanggung jawab dalam memproduksi konten – konten kreatif di media digital untuk materi Komunikasi Pemasaran dari perusahaan tertentu yang dilakukan untuk dapat memproduksi konten kreatif yang orisinal dan berkualitas yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial. Bahkan dalam Komunikasi Pemasaran, peran *Content Creator* ini sangatlah penting yang nantinya akan menggerakkan dan mengendalikan Content Marketing dengan keahliannya yaitu seperti mudahnya membuat atau memproduksi konten menarik dengan beragam aspek dari SEO, target audiens dan lain – lain lalu membangun konsistensi branding seperti adanya *brand Image*, *font*, *color* atau *tone*, mengelola dan membuat strategi konten yang dapat meningkatkan kualitas dan juga kesuksesan dari pemasaran tersebut (Ibnuismail, 2021).

Komunikasi Pemasaran ini sendiri adalah sebuah aktivitas atau kegiatan pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan juga meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya bisa bersedia menerima, membeli dan setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut (Harmony, 2021). Komunikasi Pemasaran di era Digital memanfaatkan media digital untuk mencapai khalayak sasaran dengan segmentasi tertentu. Pesan pemasaran seperti promosi dan iklan dalam bentuk teks atau video dapat didistribusikan melalui media sosial dan website perusahaan. Maka dari itu, peran dari Content Creator sangatlah penting bagi sebuah brand maupun perusahaan demi menghasilkan pesan pemasaran yang menarik, konten yang menjual dan juga *engagement* yang dapat menguntungkan perusahaan.

Property One Real Estate yang berada dibawah naungan dari PT. Mega Graha Fortuna merupakan perusahaan yang lebih berfokus di bidang properti dan *real estate* yang menjual rumah, properti, perumahan, tanah dan lain-lainnya.

Dalam proses penyampaian pesan komunikasi pemasaran, perusahaan sudah menggunakan sarana media digital. Produksi dan juga distribusi konten Komunikasi Pemasaran dilakukan oleh seorang Content Creator. Dalam perusahaan tersebut, seorang *Content Creator* melakukan tugas dalam memproduksi konten – konten kreatif yang dapat mendukung citra perusahaan di media sosial yang digunakan atau bertanggung jawab dalam memproduksi konten kampanye reguler, konten pemasaran, hingga konten – konten tambahan lainnya. Lalu juga dalam membantu proses penjualan dengan visual yang menarik. Kemudian, dalam perusahaan Property One, seorang *Content Creator* juga diberikan tugas menjadi seorang *Social Media Specialist* dalam melakukan tugas mulai dari membuat perencanaan, mengelola media sosial perusahaan, bertanggung jawab mengatur distribusi konten melalui akun resmi perusahaan bersamaan dengan saat memproduksi konten.



1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Content Creator pada Property One :

Maksud praktikan dalam menjalankan Kerja Profesi sebagai *Content Creator* pada Property One:

- a) Mempelajari bagaimana karakteristik khalayak sasaran yang tepat dalam bisnis properti.
- b) Mengasah kemampuan dalam produksi konten kampanye pemasaran berupa materi promosi dan iklan perusahaan.
- c) Mempelajari cara kerja di industri properti dan *real estate* dalam membangun relasi dengan Stakeholder perusahaan.
- d) Melatih kemampuan dalam mengelola konten di media sosial perusahaan.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Content Creator pada Property One :

Tujuan praktikan dalam menjalankan kerja profesi sebagai *Content Creator* pada Property One antara lain:

- a) Memperoleh pengalaman bekerja menjadi *Content Creator* dan *Social Media Specialist*.
- b) Memeroleh kegiatan produksi konten kampanye pemasaran dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi.
- c) Memperoleh wawasan luas mengenai target audiens dan juga target pasar dari sebuah bisnis properti dan *real estate*
- d) Memperoleh wawasan mengenai strategi konten pemasaran sosial media dalam bisnis properti dan *real estate*

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat kerja profesi yang dilaksanakan oleh praktisi adalah Property One (PT. Graha Mega Fortuna), yang berlokasi pada Ruko CBC Bidex Jalan Pahlawan Seribu BSD City, Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Perusahaan Property One merupakan sebuah perusahaan dibawah naungan PT. Graha Mega Fortuna. Tempat yang menyediakan dan menawarkan properti, real estate atau perumahan dengan cara penjualan yang dipegang oleh beberapa agen dari perusahaan dan juga menggunakan system berbasis digital dalam penjualan mereka.

Property One telah berdiri sejak tahun 2014, dan bergerak dalam bidang properti. Seringkali penjualan dilakukan melalui beberapa platform penjualan di internet. Beberapa hasil pekerjaan dari Property One adalah penjualan produk yang dijual perusahaan kepada pembeli dan menyebarkan informasi terhadap penjualan kepada pembeli melalui agen – agen yang dimiliki perusahaan. Alasan praktikan memilih perusahaan properti sebagai tempat atau wadah untuk melakukan kegiatan kerja profesi yaitu karena praktikan ingin mencoba sesuatu yang baru terutama melakukan penyebaran informasi dan juga melakukan kampanye dalam sosial media perusahaan agar bisa memberikan citra yang baru dan juga dikarenakan kegiatan kerja profesi terjadi dalam masa pandemi dan praktikan mengalami kesusahan dalam mendapatkan tempat untuk melakukan kerja profesi maka praktikan memilih tawaran dari Property One. Lalu menurut praktikan, perusahaan tersebut juga butuh *insight* dari mahasiswa atau generasi muda untuk mewarnai dan juga memberikan masukan yang mengikuti zaman dan perkembangan teknologi dan komunikasi melalui *digital*.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Dengan regulasi wajib dari program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan praktikan untuk melakukan kegiatan kerja profesi dengan waktu yang sudah ditetapkan yaitu minimal selama 400 jam atau bisa dihitung selama 3 bulan. Praktikan melakukan kegiatan kerja profesi selama 488 yaitu praktikan memulai melaksanakan kegiatan tersebut mulai tanggal 28 Juni 2021 sampai 28 September 2021 selama tiga bulan atau dengan 8 jam per harinya dari hari Senin hingga Sabtu yang dijumlahkan menjadi 624 jam. Praktikan sebelum mendapatkan Kerja Profesi pada perusahaan Property One sudah beberapa kali mencoba mencari tempat untuk melakukan Program Kerja Profesi. Berikut rincian waktu dan kegiatan yang praktikan lakukan dari awal hingga masa periode Kerja Profesi berakhir.

Berikut di bawah ini adalah lampiran tabel perencanaan waktu praktikan selama kegiatan Kerja Profesi yang di dalamnya terdapat beberapa tahapan Kerja Profesi mulai dari proses pencarian tempat Kerja Profesi, pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, hingga pengumpulan laporan Kerja Profesi.

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | | May | | | | 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 | Membuat CV, Portfolio dan Cover Letter/Resume | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Mencari lamaran pekerjaan via <i>online</i> (Linked In, Instagram, Glints) | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Mencari lamaran pekerjaan melalui kerabat | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Mengajukan lamaran ke beberapa perusahaan yang sedang membuka lowongan | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mengajukan lamaran ke Perusahaan Property One Real Estate | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Melakukan proses wawancara dengan perusahaan | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Mendapatkan surat penerimaan pekerjaan dari Property One Real Estate | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Melaksanakan Kerja Profesi | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 9 | Melaksanakan bimbingan Kerja Profesi | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| 10 | Menyusun laporan Kerja Profesi | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 11 | Mengumpulkan laporan Kerja Profesi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kegiatan Kerja Profesi

Praktikan memulai pertama kali dalam mencari lowongan untuk melakukan program Kerja Profesi pada awal bulan Juni. Dengan mengandalkan Keluarga, kerabat dalam mencari lowongan tentu bukan suatu hal yang mudah. Terutama Kerja Profesi terjadi disaat masa pandemic masih terjadi. Lalu dilanjutkan dengan pembuatan dokumen – dokumen penting yang pastinya diperlukan untuk melamar pekerjaan dilakukan di waktu yang sama saat praktikan sedang mencari lowongan melalui kerabat. Dengan bantuan dari perangkat yang tersedia seperti diantaranya Canva, Microsoft Word dan Microsoft Powerpoint.

Lalu disaat praktikan sedang membuat dokumen penting yang akan digunakan nantinya, praktikan juga bersamaan mencari tahu tentang lowongan yang dibuka oleh beberapa perusahaan yang diminati dan juga yang memang sedang membukan lowongan melalui platform pencari kerja via daring diantaranya seperti LinkedIn dan Glints. Selain itu praktikan pun juga mencari lowongan

pekerjaan melalui media sosial dari beberapa perusahaan yakni melalui Instagram. Diawal, praktikan sudah mengirimkan ke beberapa perusahaan yang memang sedang menampung kerabat yang bekerja disana seperti perusahaan TikTok Indonesia, Shopee, Skwadacademy dan juga Cretivox Media. Namun dari beberapa lamaran yang telah diajukan, hamper semua lamaran hanya sampai melalui proses wawancara kerja saja bahkan banyak juga yang sama sekali tidak memberikan respons dari perusahaan.

Pada tanggal 15 Juni 2021 praktikan mengirimkan lamaran kepada lowongan kerja yang dibuka oleh Property One Real Estate. Namun hanya memakan beberapa hari dari hari pengajuan surat lamaran kerja, praktikan diundang untuk melakukan wawancara dengan yang bertanggung jawab dari perusahaan sebagai proses langkah awal dari penerimaan kerja di Property One. Lalu pada tanggal 25 Juni 2021 praktikan mendapatkan kabar dari perusahaan bahwa praktikan telah resmi diterima di Property One sebagai Social Media Specialist dan Content Creator dan diwajibkan untuk mulai bekerja di tanggal 28 Juni 2021.

Pada hari pertama melakukan kegiatan Kerja Profesi, praktikan melaksanakan pekerjaan tersebut dari rumah atau familiar dipanggil dengan sistem *Work from Home*. Perusahaan memberikan keterangan terhadap system kerja tersebut dikarenakan pada masa itu pandemic masih berjalan dan juga diikuti dengan terjadinya agen karyawan yang terkontaminasi oleh penyakit Covid-19. Perusahaan menutup kantornya hingga waktu yang tidak ditentukan dan memberikan kewajiban bagi praktikan untuk melakukan *Work from Home* di hari, namun untuk kerja lainnya praktikan diberikan kebebasan memilih hari dan waktu dikarenakan kerja dari rumah. Namun dikarenakan keadaan pandemic Covid-19 semakin memburuk setiap harinya maka Kegiatan Kerja Profesi tersebut tetap dilaksanakan dari rumah dan hanya baru satu kali bertemu dengan tim pada awal memulai kegiatan. Kegiatan Kerja Profesi dimulai sejak tanggal 28 Juni 2021 hingga 28 September 2021.



