

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Universitas Pembangunan Jaya sebagai institusi pendidikan perlu menghadapi persaingan yang ketat dengan perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta dalam memperoleh mahasiswa baru. Menghadapi banyaknya jumlah perguruan tinggi di Indonesia, khususnya di Jabodetabek yang terus berkembang. Unit promosi, humas dan admisi Universitas Pembangunan Jaya memerlukan perencanaan pemasaran yang efektif dan efisien dalam menghadapi para pesaing untuk memperoleh mahasiswa baru (Simorangkir, 2015-2020).

Seperti yang telah dipaparkan pada BAB II, dalam kesempatan kerja profesi ini praktikan mendapatkan posisi sebagai staf humas yang memiliki peran dan hubungan langsung kepada kepala unit PHA untuk membantu berbagai pekerjaannya, khususnya di bidang kehumasan. Praktikan perlu memahami *communication plan* dari Universitas Pembangunan Jaya sebagai landasan dalam mengkomunikasikan pesan-pesan dari citra kampus dan juga memperluas jangkauan audiens dari kerja sama dengan berbagai media partner yang dimiliki UPJ.

3.1.1 Brand Communication Plan Research

Menurut Cangara dalam (Wardana, 2016), Perencanaan komunikasi merupakan proses dalam memanfaatkan sumber daya komunikasi untuk mencapai objektif dari organisasi. perencanaan berfungsi sebagai cara dalam mengatasi rintangan yang ada agar mendapatkan efektivitas komunikasi. Sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi, perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebaran gagasan, kerjasama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi.

Sebelum menyusun perencanaan komunikasi, diperlukan sejumlah *material* sebagai acuan atau referensi dalam mengimplementasikan sebuah program komunikasi. Praktikan telah mempelajari mengenai langkah awal

dalam membuat sebuah perencanaan program komunikasi pada mata kuliah strategi dan taktik PR. Dalam hal ini praktikan dapat mengimplementasikan apa yang dipelajari di mata kuliah strategi dan taktik PR. Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam pelaksanaan sebuah program adalah dengan pengumpulan data atau riset.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, n.d.), riset memiliki arti penyelidikan suatu masalah secara sistematis, kritis, dan ilmiah untuk meningkatkan pengetahuan dan pengertian, mendapatkan fakta yang baru, atau melakukan penafsiran yang lebih baik. Sebagai staf humas, praktikan ditugaskan untuk meriset *point material for brand communication plan* dan membuat *summary* UPJ. Tugas ini dibuat dalam format bisnis model canvas, terdapat 7 poin yang perlu didata diantaranya adalah:

1. Strategic Partners

Menurut Elmuti dan Kathawala (2001, p.205) Mendefinisikan kerjasama atau partnership yaitu antara dua atau lebih perusahaan yang bekerjasama untuk mencapai tujuan yang signifikan secara strategis yang saling menguntungkan satu sama lain. semua pihak yang beraliansi akan memberikan kontribusi dalam pengembangan satu atau lebih sebuah strategi kunci di bidang usaha yang dialiansikan. Apapun bentuk serta lingkup kegiatan yang dikerjakan, semua pihak menginginkan suatu keuntungan dan manfaat bersama yang diciptakan melalui interaksi terpadu (Indriani, 2005). Dalam hal ini UPJ memiliki aliansi dengan 4 kategori bidang kerjasama yaitu dengan pihak industri, media, akademik dan lembaga lainnya.

2. Main Activities

Poin ini diperlukan sebagai salah satu strategi terpenting yang harus dicatat dalam sebuah perusahaan atau instansi. Hal ini dapat berbeda sesuai dengan profil dari perusahaan atau instansi terkait, visi dan juga misi yang dimiliki. Penting untuk mengetahui aktivitas utama dalam sebuah institusi pendidikan agar pesan dalam mengkomunikasikan setiap kegiatan dapat tersampaikan sesuai dengan tujuan dari aktivitas yang dijalankan ini.

3. **Key Resources**

Sumber daya apa saja yang dimiliki oleh UPJ sebagai nilai tambah untuk menarik perhatian dari target audiens UPJ khususnya calon mahasiswa. Poin ini menjelaskan aset yang tersedia untuk membuat program komunikasi yang efektif.

4. **Value Proposition**

value proposition merupakan suatu nilai yang dijanjikan perusahaan atau organisasi untuk diberikan kepada *customer* jika mereka memilih untuk menginvestasikan biaya dan waktunya untuk produk maupun jasa (Ismi, 2021), dalam institusi pendidikan yaitu benefit pendidikan yang didapat. Kelebihan atau keunggulan yang dimiliki UPJ tentunya dapat menjadi bahan untuk sebuah program komunikasi.

5. **Customer Relation**

Pada poin ini berbicara mengenai bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi menjalin hubungan dengan pelanggan. Artinya hal apa saja bentuk komunikasi UPJ dalam membangun hubungan dengan para calon mahasiswa. Diperlukan strategi yang tepat untuk membangun minat calon mahasiswa dengan meningkatnya persaingan antara perguruan tinggi.

6. **Marketing Channel**

Channel atau saluran berupa sarana media apa saja yang digunakan UPJ dalam memperkenalkan citranya dengan para stakeholder. Pemanfaatan media yang baik dapat meningkatkan *awareness*, memperluas jangkauan audiens serta membangun citra yang diinginkan. Saat ini UPJ memiliki sejumlah saluran sebagai sarana informasi dan komunikasi.

7. *Customer Segment*

Poin ini digunakan untuk menggambarkan pangsa pasar seperti apa yang akan dilayani sebuah perusahaan atau organisasi. Dengan mengetahui siapa saja yang menjadi *customer segment*, akan menyesuaikan pesan yang dikomunikasikan seperti apa dan kepada siapa pesan tersebut disampaikan sehingga tidak akan salah sasaran.

3.1.2 Media Relations

Seorang ahli Frank Jefkins dalam buku Masriadi Sambo, menjelaskan *Media relations* adalah bentuk upaya dalam mendapatkan sebuah publikasi oleh media atau penyiaran yang optimal atas sebuah pesan maupun informasi yang dibuat humas dalam hal menciptakan berbagai aspek seperti pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari perusahaan atau organisasi yang terkait. Dalam definisi lain *Media relations* merupakan hubungan timbal balik atau setara antara lembaga atau perusahaan terhadap media massa dalam makna seluas-luasnya. Hubungan ini mencakup hubungan antara tim PR perusahaan dengan jajaran redaksional media massa mulai dari wartawan, redaktur, pemimpin redaksi, jika memungkinkan sampai kepada pemilik media massa tersebut dengan tujuan seluruh publikasi lembaga dapat ditayangkan atau disiarkan pada media massa (Sambo, 2019).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *media relations* merupakan bagian dari bidang pekerjaan seorang *public relations* yang berperan penting dalam menciptakan publisitas. Keuntungan dari pihak lembaga atau perusahaan adalah mendapatkan fungsi dan kekuatan dari media massa yaitu dapat memberikan informasi kepada audiens dengan jangkauan yang luas, sedangkan keuntungan bagi pihak media massa sendiri adalah mendapatkan pemberitaan sebagai kebutuhan mereka.

Menurut ahli lainnya yaitu Swastha, publisitas memiliki arti yaitu sejumlah informasi mengenai target, produk, atau sebuah organisasi yang disebarluaskan kepada khalayak melalui media secara gratis atau tanpa dukungan dari sponsor. Publisitas merupakan pelengkap yang efektif bagi alat promosi yang lain seperti periklanan, personal selling, dan promosi

penjualan. Pada umumnya, media ingin melakukan publisitas suatu berita jika materinya mempunyai unsur yang menarik atau layak dan cocok dijadikan sebuah berita (Liliweri, 2011).

Pada hubungan antara media massa, organisasi dan publik dapat dilihat bahwa organisasi memerlukan peran media massa dalam menyampaikan informasi, citra atau gagasan kepada publiknya. Publik juga bisa memberikan sebuah opini, aspirasi serta harapan dengan cara melalui media massa yang disampaikan kepada organisasi. Untuk itu praktikan melakukan liputan dan membuat penulisan artikel sebagai cara untuk mendapatkan publisitas oleh media massa.

3.1.2.1 Membuat Schedule Plan Media Partner

Setelah memahami bisnis model canvas yang dimiliki UPJ pada pekerjaan awal yang praktikan dapatkan. Praktikan mempunyai data media yang telah bekerjasama dengan UPJ dalam publikasi maupun dalam menyelenggarakan sebuah *event*. Media dapat diklasifikasikan secara karakteristik pemberitaannya, audiens yang dijangkau, sejauh apa cakupan publikasi media tersebut dalam skala lokal atau nasional.

Selama satu tahun terdapat berbagai program dan *event* yang diselenggarakan oleh UPJ, Untuk itu setiap media dapat mempublikasikan jenis berita yang dapat mereka terbitkan, Pemberitaan seputar perguruan tinggi dalam membangun citranya dapat ditentukan dengan kegiatan yang memiliki nilai berita, yaitu cukup penting dan pantas untuk dipublikasikan. Pembuatan *schedule* diharapkan publikasi pemberitaan dapat terorganisir dengan baik.

3.1.2.2 Peliputan Berita

Praktikan mendapatkan pekerjaan tambahan berupa meliput program kegiatan yang dilaksanakan UPJ dan juga prestasi internal kampus. Peliputan yang dilakukan nantinya untuk menjadi bahan dalam pembuatan artikel dan dipublikasikan untuk media internal dan media eksternal yaitu media partner yang telah bekerjasama dengan UPJ dalam berbagai program. Peliputan ini bertujuan untuk membangun *awareness* dan citra positif Universitas.

a) Perencanaan

Dalam melakukan liputan penting untuk menguasai dan memahami sebuah topik yang ingin diliput. Ketika mendapatkan brief untuk meliput, praktikan perlu melihat dan memahami konteks berita yang akan dibuat nanti, terlebih ketika berada di lapangan akan bertemu dengan narasumber. Terkait dengan narasumber yang akan diwawancara, mengetahui latar belakang dari narasumber itu juga menjadi hal penting. Ketika sudah mengenal siapa narasumber yang akan diwawancarai, proses wawancara nantinya akan lebih nyaman dalam berinteraksi. Tidak lupa untuk membuat list pertanyaan yang dapat menjawab kebutuhan dalam penulisan berita yaitu mencakup unsur 5W+1H. Rencana berikutnya adalah mengetahui akses lokasi liputan agar tidak mengalami masalah keterlambatan yang dapat membuat kehilangan momen penting di lokasi. Terakhir dengan membawa peralatan seperti alat rekam suara dan kamera dengan kualitas baik untuk mengambil gambar atau proses dokumentasi.

b) Implementasi

Setelah mendapatkan brief dan mempersiapkan rencana untuk melaksanakan liputan, praktikan berkoordinasi dengan kepala unit PHA seperti untuk konfirmasi kehadiran, mendapatkan kontak narasumber serta mengkonfirmasi *list* pertanyaan yang telah dibuat. Praktikan perlu fokus dalam melihat *angle* pemberitaan yang akan dibuat sehingga tidak keluar dari konteks saat mengumpulkan informasi. Ketika berada di lapangan, mulai memperhatikan situasi yang ada dan meminta izin kepada pihak yang berkepentingan di lokasi peliputan. Mulai melakukan dokumentasi dengan pengambilan gambar dengan memperhatikan objek yang menarik. Pengambilan gambar dalam jumlah yang banyak sebagai opsional nantinya dapat dipilih hasil foto yang terbaik. Saat bertemu dengan narasumber, memberikan salam hangat dan meminta izin untuk waktunya diwawancara, pastikan perekam audio telah direkam karena sangat krusial apabila setelah wawancara ternyata audio tidak terekam.

c) Evaluasi

Praktikan melakukan evaluasi dari hasil peliputan yang dilakukan. Apakah ada momen yang terlewatkan dan rencana yang belum diaplikasikan. Dalam wawancara dengan narasumber pengecekan dimulai dari kualitas audio yang didapat apakah terdengar dengan baik atau banyak *noise*, kemudian memperhatikan jawaban dari narasumber apakah sudah mencakup unsur 5W+1H atau adakah pertanyaan yang belum ditanyakan. Melihat hasil dari foto-foto yang diambil memiliki kualitas gambar yang baik dan menarik untuk media nantinya akan dipublikasikan.

3.1.2.3 Penulisan Artikel dan Publikasi

Menurut KBBI, menulis adalah melahirkan pikiran atau perasaan seperti mengarang, membuat surat dengan sebuah tulisan. Menurut Djuharie (2005:120) dalam (Kurniawati, 2019) Menulis merupakan suatu keterampilan yang dapat dibina dan dilatih. Menulis merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan suatu catatan atau informasi pada suatu media dengan menggunakan aksara. Dalam pengertian jurnalistik, artikel termasuk salah satu jenis tulisan nonfiksi, yaitu tulisan yang berlandaskan oleh data dan fakta yang akan diberikan beberapa analisis serta opini oleh penulisnya. Artikel biasanya hanya menyangkut suatu pokok permasalahan dengan sudut pandang dari satu disiplin ilmu, dalam penulisannya terdapat teknik penulisan secara deduktif-induktif maupun sebaliknya (Rahardi, 2006)

Dalam membuat sebuah tulisan artikel untuk instansi pendidikan, terdapat tujuan dan target tertentu yang ingin dicapai yaitu:

a) Memberikan Informasi

Membuat artikel merupakan salah satu sarana dalam menyampaikan informasi kepada publik dalam rangka mencapai tujuan dan target tertentu yang dibuat oleh organisasi, Terkait institusi pendidikan, membuat artikel menjadi salah satu sarana dalam memberikan gambaran umum ataupun pengetahuan serta informasi terkait perguruan tinggi.

b) Mendapatkan Publisitas

Artikel yang dibuat tidak hanya dipublikasikan untuk media internal yang dimiliki, seperti pada website UPJ, namun juga untuk sejumlah media *partner*. Keduanya saling mendapatkan keuntungan, pada sisi UPJ mendapatkan jangkauan audiens yang lebih luas dan dari sisi media massa mendapatkan konten berita.

c) Melakukan Persuasi

Artikel juga termasuk salah satu upaya dalam menyampaikan pesan dan informasi yang bertujuan mempersuasi khalayak pada agenda tertentu. Pesan dengan narasi persuasi dapat mendorong pembaca untuk merubah persepsi dan sikapnya. Hal ini menjadi indikator keberhasilan dari sebuah program komunikasi.

d) Eksistensi

Salah satu aspek yang dapat mendukung citra dan reputasi perusahaan maupun organisasi dalam mempertahankan eksistensi di mata public yaitu dengan keberadaan artikel. Dengan tersedianya artikel yang dibuat, publik akan dapat mudah menemukan informasi seputar organisasi dengan lengkap. Kurangnya publikasi artikel menginterpretasikan kurang dikenalnya sebuah organisasi karena informasi menjadi minim.

3.1.3 Content Planner

Seiring dengan perkembangan teknologi, pekerjaan humas memiliki perkembangan, tidak lagi hanya membuat *press release*, mengelola *special event*, menyelenggarakan *press conference*, dan yang lainnya. Saat ini humas dapat memaksimalkan peluang baru dengan adanya media sosial yang menjadi sarana dan *platform* bagi sebuah organisasi kepada publiknya. *Content planner* merupakan posisi yang saat ini sedang meningkat dalam dunia *digital marketing*, hal tersebut berkaitan dengan berkembang pesatnya media sosial saat ini (Oktriwina, 2021). Media sosial memiliki berbagai jenis dan saling terintegrasi satu sama lain, pemanfaatan media sosial dapat

meningkatkan eksistensi dan membuka saluran komunikasi baru untuk publik.

1. Media Sosial

Pada saat perkuliahan, praktikan telah mendapatkan pembelajaran terkait penggunaan media sosial dalam aktivitas seorang PR di mata kuliah humas *online*. Berbicara mengenai media sosial, hal ini berkaitan dengan konvergensi media yaitu penggabungan dan pengintegrasian media. Salah satu efek dari konvergensi media adalah penyeragaman konten di seluruh media dalam satu organisasi (Masriadi Sambo, 2017). Dalam distribusi konten di media sosial UPJ, Instagram UPJ mendistribusikan konten yang diupload ke dua media sosial lainnya yaitu Facebook dan Twitter. Selama melaksanakan kerja profesi praktikan ditugaskan untuk membuat *content plan* untuk 3 media sosial yang dimiliki UPJ.

a) Facebook

Berdasarkan informasi yang dilansir oleh katadata, Masyarakat Indonesia menggunakan layanan media sosial Facebook tercatat mencapai 175,3 juta pada akhir Maret 2021. Angka tersebut sama dengan 63,4% dari jumlah populasi masyarakat yang mencapai 276,36 juta jiwa untuk tahun 2021, atau sekitar 82% pengguna internet di Indonesia (Kusnandar, 2021). Dengan data tersebut Indonesia menjadi pengguna terbesar kedua setelah India. Jumlah sebanyak itu menjadi salah satu kesempatan untuk UPJ dalam mendistribusikan kontennya di Facebook. Ketika mengunggah konten di Instagram, terdapat fitur untuk membagikannya juga di Facebook sehingga konten-konten yang dipublikasikan di Facebook UPJ merupakan konten yang sama pada Instagram.

b) Twitter

Setiap media sosial memiliki karakteristiknya masing-masing, untuk Twitter sendiri memiliki keunggulannya dengan kecepatan menginformasikan sebuah informasi dan juga cepat dalam penerimaan informasi. Hanya menggunakan batas 140 karakter menjadikan komunikasi pendek yang mengutamakan

poin-poin utama pada informasi tersebut (Abraham, 2014). Walaupun sempat meredup di tahun 2015 karena kehadiran media sosial Instagram yang menawarkan fitur yang lebih banyak menunjukkan visual, pada tahun 2020, Twitter mulai kembali mengalami peningkatan pengguna. UPJ memiliki Twitter dengan *username* @UPJ_Bintaro dengan jumlah pengikut saat ini berjumlah 1.194. Sama seperti dengan Facebook, konten yang diunggah pada Instagram juga dibagikan melalui Twitter.

c) Instagram

Selain memiliki akun Instagram utama dengan *username* @upj_bintaro, UPJ juga mempunyai akun Instagram baru untuk UPJ *International Undergraduate Program (IUP) Information System*. Ini merupakan program perkuliahan terbaru yang dimiliki UPJ berbasis internasional UPJ IUP dirancang untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa agar dapat bersaing di *platform* internasional. Terdapat kesempatan magang di perusahaan *start-up* IT di Singapura, Vietnam, dan Malaysia. Mahasiswa akan mendapatkan sertifikat magang dan koneksi global. Posisi magang berada di sektor TI mulai dari perusahaan multinasional hingga perusahaan rintisan kecil dan menengah. Peluang untuk mendapatkan total penghasilan hingga 16.200 USD (magang selama program gelar Sarjana 4 tahun).

Dengan *username* @upj_International, akun Instagram ini untuk pertama kali mengupload konten di tanggal 12 April 2021. Program yang ditujukan untuk skala internasional ini mengharuskan penulisan konten menggunakan bahasa Inggris. Rubrik konten yang diupload sampai saat ini berkaitan dengan seputar perkuliahan di jurusan sistem informasi, pengetahuan di bidang sistem informasi, *quotes* dari para tokoh-tokoh di bidang teknologi, foto suasana kampus UPJ, penawaran kuliah dan hari-hari spesial. Praktikan ditugaskan untuk membuat draf konten untuk Instagram UPJ *International* ini.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Brand Communication Plan Research

Saat mulai bekerja di tahap awal, praktikan mendapatkan brief untuk meriset *material for brand communication plan*, praktikan diarahkan oleh kepala unit PHA untuk melakukan riset melalui media sosial dan website yang dimiliki UPJ. Tujuan dari pengerjaan tugas ini adalah sebagai landasan dalam penyusunan *communication plan* yang akan diimplementasikan selama satu tahun kedepan. Selain itu praktikan sebagai staf humas juga dapat memahami bisnis model dari perguruan tinggi UPJ. Tugas ini dikerjakan dalam format bisnis model canvas dengan 7 poin di dalamnya.

Daily Task Brief: Material for Brand Communication Plan
 Period: Monday, 28 Jun – Wed, 30 Jun 2021
 Main Task: Research, Summarize

<p>1). UPJ Strategic Partners</p> <p>Industry</p> <ul style="list-style-type: none"> PT Jaya Real Property PT Ciputra PT Pembangunan Jaya infrastruktur PT Pembangunan Jaya Ancol PT Cipta Piranti Sejahtera PT Jaya Teknik Indonesia PT Jaya Beton Indonesia PT Astra Intrnational PT Metropolitan Kentjana <p>Media Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> Detik.com Kompas.com AntaraNews.com IDN Times JawaPos.com <p>Akademik</p> <ul style="list-style-type: none"> The University of Missouri Kansas City UiTM Malaysia University of Cologne Germany Institut Pertanian Bogor (IPB) Universitas Sebelas Maret Foreign Trade University Vietnam <p>Lain-lain</p> <ul style="list-style-type: none"> Ayo Sekolah Ayo Kuliah (ASAK) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Wadhvani Foundation International Test Center 	<p>2). Main Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> Menyelenggarakan Pendidikan berkualitas Melaksanakan Tri Dharma Perguruan tinggi Membangun budaya riset Pengabdian kepada masyarakat Membentuk manusia Jaya sebagai pembelajar seumur hidup dan berdaya saing tinggi Bersinergi melalui Kerjasama nasional dan internasional <p>3). Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> Learning System Learning Program Curriculum Scholarship Lecturer Quality College Student Facility Cooperative Relationship Support Institution Alumni Internal Organization UKM 	<p>4). Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Universitas yang unggul dalam Urban lifestyle & urban development Jaya Softskills Development Program Experience of Jaya Group Kesempatan untuk bekerja di Group Jaya Program beasiswa akademik dan non akademik Kelas Open To All (KOTA) Jayapreneurship Center Kerjasama Internasional Metode Active Learning Laboratorium Hidup English Discoveries and Toeic Loakasi Strategis 	<p>5). Customer Relation</p> <ul style="list-style-type: none"> Penawaran potongan uang pendaftaran Blended Learning Pencapaian Prestasi akademik dan non akademik Mengadakan berbagai kegiatan acara yang menarik dan bermanfaat Fasilitas yang dimiliki Universitas <p>6). Marketing Channel</p> <ul style="list-style-type: none"> Website Social Media Instagram Facebook Twitter Youtube Whatsapp Call Center Billboard Google Ads Tiktok Ads Word of mouth Poster di sekolah-sekolah Kunjungan langsung ke sekolah-sekolah 	<p>7). Customer Segment</p> <ul style="list-style-type: none"> Seluruh Siswa yang baru lulus SMA atau gap year di Jabodetabek dan sebagian diluar kota. Blended Learning untuk Employee, Professional or business owner.
---	--	---	--	---

Gambar 3.1 *Material for Brand Communication Plan*

Sumber : (Activity Report 2021)

Tabel di gambar 3.1 di atas merupakan pemetaan dalam bisnis model canvas yang terdiri dari 7 poin penting yang dimiliki oleh UPJ. Setelah poin-poin tersebut terisi dalam format ini, praktikan diarahkan untuk membuat *summarize* dari setiap poin tersebut. Berikut adalah analisis dari *material for brand communication plan*:

1. UPJ Strategic Partners

Universitas Pembangunan Jaya memiliki strategi yang dilakukan dalam sebuah hubungan Kerjasama, dimana pihak-pihak yang memiliki hubungan kerjasama baik itu institusi, lembaga maupun perusahaan, bisa berkolaborasi untuk saling membantu satu sama lain dalam rangka mencapai objektifnya. Dalam bidang industri, UPJ yang merupakan bagian dari grup Jaya sehingga memiliki kerjasama dengan berbagai perusahaan, terutama perusahaan yang berada dalam group Jaya. UPJ juga memiliki hubungan Kerjasama dengan media partner seperti Detik.com, Kompas.com, AntaraNews dan lainnya. Dalam kerja sama ini ada *barter value* yang dilakukan kedua pihak semisal ketika ada sebuah *event* yang diselenggarakan. Dengan adanya Kerjasama ini menjadi salah satu *strength* atau kekuatan UPJ dalam berbagai aktivitas sesuai dengan kebutuhannya.

2. Main Activities

Universitas Pembangunan Jaya sebagai institusi Pendidikan memiliki peran dalam memberikan Pendidikan dan Pengajaran, Penelitian dan Pengembangan, dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Hal itu merupakan Tri Dharma Perguruan tinggi yang perlu dicapai sebagai tujuan setiap institusi perguruan tinggi di Indonesia. UPJ ingin membentuk manusia Jaya yang memiliki nilai karakter sebagai pembelajar seumur hidup dan berdaya saing tinggi.

3. Key Resources

Sebagai sumber daya utama untuk mencapai *main activities* tadi dibutuhkan beberapa hal seperti program dan sistem belajar khusus dan didukung sumber daya lainnya seperti kurikulum, kualitas pengajar atau para dosen, fasilitas yang disediakan oleh Universitas dan sumber daya lainnya sebagai kunci untuk mendukung aktivitas utama Universitas Pembangunan Jaya.

4. Value Proposition

Universitas Pembangunan Jaya memiliki banyak kelebihan yang menjadi *strength* dan *opportunity* untuk menjadi Universitas swasta yang unggul di Indonesia. Universitas yang dibangun berdasarkan pengalaman panjang dari group jaya di Indonesia, mempunyai *jaya soft skill development*

program untuk menciptakan lulusan yang berintegritas, profesional, dan berjiwa entrepreneur. UPJ juga memberikan kesempatan untuk lulusannya agar dapat bekerja di dalam group Jaya. Memiliki kelas yang terbuka untuk semua lintas jurusan menjadi kelas interdisipliner dalam menjawab dan menyelesaikan masalah.

5. Customer Relations

Dalam membangun kenyamanan dan kepercayaan calon mahasiswa untuk menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Jaya, ada kemudahan yang diberikan berupa penawaran potongan uang pangkal dan kesempatan untuk meraih beasiswa baik akademik dan non akademik. Dibuka juga kelas bagi mereka yang telah bekerja di dunia professional maupun memiliki usaha. Selain itu berbagai prestasi yang diraih diberikan apresiasi, terakhir fasilitas dan berbagai kegiatan menarik serta bermanfaat yang diberikan UPJ tentunya dapat membangun minat calon mahasiswa.

6. Marketing Channel

Sebagai saluran distribusi informasi terkait UPJ, website menjadi pusat informasi yang lengkap untuk publik ketika mengaksesnya. Pemanfaatan berbagai media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih luas lagi. Selain secara digital, distribusi informasi juga dilakukan secara konvensional melalui *billboard* dan juga poster. *Word of mouth* juga menjadi salah satu bentuk promosi yang dilakukan dan terdapat program benefit berupa bonus sponsor bagi yang merekomendasikan untuk kuliah di UPJ.

7. Customer Segment

Calon mahasiswa merupakan usia lulusan SMA yang bertempat tinggal di jabodetabek namun UPJ juga terbuka untuk calon mahasiswa di berbagai kota di seluruh Indonesia. Kelas *blended learning* memberikan kesempatan mereka yang tetap bisa menempuh perkuliahan walau sudah bekerja.

Setelah memahami 7 poin tersebut, praktikan mendapatkan perspektif baru dalam operasional perguruan tinggi UPJ. Sehingga dalam mengimplementasikan kegiatan Humas, poin-poin ini dapat sangat membantu kinerja PR dan lebih jelas dalam arah komunikasi yang akan dibangun. Praktikan juga dapat memberikan saran untuk program-program baru guna meningkatkan elektabilitas UPJ. Salah satunya dengan mengoptimalkan *paid* media yang tertarget sehingga akan menciptakan konversi yang tinggi kepada target audiens dari UPJ yaitu para mahasiswa baru. Pemanfaatan *paid* media dapat digunakan untuk media sosial UPJ seperti fitur Instagram ads dengan pendekatan konten yang bernarasikan penawaran UPJ untuk mahasiswa baru. Penawarannya sebagai berikut, UPJ sebagai kampus yang mengedepankan urban development dan urban lifestyle, UPJ memberikan berbagai jenis beasiswa dan UPJ yang merupakan bagian dari Jaya group sehingga meyakinkan para calon mahasiswa untuk memutuskan kuliah di UPJ.

Pada tugas riset selanjutnya, praktikan ditugaskan untuk mencari informasi yang bisa digunakan untuk mendorong ranking Webometrics UPJ. Praktikan melakukan riset dengan berselancar menggunakan internet. Hasil riset yang ditemui praktikan adalah sebagai berikut:

a) Webometrics

Merupakan suatu sistem pemeringkatan universitas yang didasarkan atas penilaian kinerja *website* perguruan tinggi. Webometric memberi peringkat lebih dari 22.000 universitas di seluruh dunia.

b) Google Scholar

Pemanfaatan Google Scholar dengan baik dalam mempublikasikan karya ilmiah dalam bentuk jurnal, prosedur, dan buku. Dengan memublikasikan karya ilmiah menggunakan Google Scholar, pengajar dikenal keahliannya dan penelitiannya dirujuk oleh peneliti lain. Secara tidak langsung, kondisi ini meningkatkan Webometrics, terutama untuk kriteria keterbukaan dan keunggulan.

c) Artikel Ilmiah

Penguatan konten website ke arah scientific resources perlu diarahkan, Menurut Sekretaris Direktorat Perencanaan dan Sistem Informasi Unpad Arif Firmansyah, M.T, artikel digital harus diposisikan setara dengan artikel ilmiah, dari sisi teknis, teknologi sudah perlu disiapkan, SEO dijalankan, dan security-nya juga dijalankan. Dia menambahkan bahwa peringkat Unpad otomatis meningkat apabila sumber daya yang dihasilkan dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

3.2.2 Media Relations

3.2.2.1 Membuat Timeplan Media Partner

Tugas berikutnya yang diberikan oleh Kepala Unit PHA terkait hubungan dengan media ini adalah membuat *timeline* dengan media *partner*. Setelah mengetahui siapa saja media *partner* yang dimiliki oleh UPJ, praktikan mulai meriset kembali bagaimana karakteristik dari setiap media-media ini. Praktikan juga mencari *keyword* pemberitaan media untuk UPJ pada mesin pencari untuk mengetahui pada periode sebelumnya bagaimana pemberitaan media terhadap UPJ diberitakan, sehingga praktikan mengetahui jenis beritanya dan dapat mulai menyusun *timeplan*.

NO	Media	Platform	Scope	News type	Schedule												Keterangan	
					2021					2022								
					Agt	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul		
1	Jawapos	online	National	Soft News														Prestasi, Penelitian
2	Detik.com	online	National	Soft News														Prestasi, Akademik
3	Kompas.id	online	National	Soft News														Prestasi, Seputar Kampus
4	Solopos.com	online	Local	Soft News														Beasiswa, PMB
5	Semarangpos	online	Local	Soft News														Beasiswa, PMB
6	Madiunpos	online	Local	Soft News														Beasiswa, PMB
7	Tribun Jabar	online	Regional	Soft News														Beasiswa, PMB
8	Manadupos	online	Regional	Soft News														Beasiswa, PMB
9	Antara news	online	Regional	Soft News														Beasiswa, PMB
10	Katakota	online	Regional	Soft News														Wisuda, Prestasi
11	Tangsel pos	printed	Local	Soft News														Pengabdian

Gambar 3.2 Schedule Plan Media Partner

Sumber : (Activity Report 2021)

Tabel pada gambar 3.2 diatas merupakan *list* media dengan keterangan *platform* yang digunakan, cakupan, jenis berita dan jadwal selama periode 1 tahun kedepan beserta keterangan pemberitaannya. Mayoritas media adalah jenis media *online*, sebagian media mempunyai cakupan lokal dan nasional, jenis pemberitaan lebih kepada *softnews*

karena pemberitaan yang informasinya bersifat ringan dan juga tidak terbatas oleh waktu.

Dalam *timeplan* ini dapat berubah sewaktu-waktu melihat situasi dan kegiatan yang terlaksana nantinya. Karena praktikan tidak memiliki wewenang lebih untuk mengetahui program kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan selama satu tahun kedepan. Sehingga pada *timeplan* yang dibuat hanya berdasarkan berbagai pemberitaan yang ada di periode sebelumnya. Khususnya seperti beasiswa yang diberitakan saat pembukaan pendaftaran, kemudian saat kelulusan mahasiswa atau acara wisuda.

3.2.2.2 Peliputan Berita

Pada saat hari pertama bekerja, praktikan mendapatkan sosialisasi terkait pekerjaan yang akan dikerjakan selama magang khususnya pada kegiatan PR, namun dalam kesempatan ini praktikan diberikan tugas tambahan yaitu untuk melakukan peliputan berita. Selama periode magang praktikan mendapatkan pekerjaan untuk meliput program vaksinasi Yayasan Pembangunan Jaya dan prestasi yang diraih oleh Bapak Kisman sebagai juara 1 Pustakawan berprestasi.

1) Liputan program vaksinasi Yayasan Pembangunan Jaya

Program vaksinasi Yayasan Pendidikan Jaya yang terdiri dari Sekolah Pembangunan Jaya, Global Jaya School dan Universitas Pembangunan Jaya merupakan program pemberian vaksinasi Covid-19 secara gratis kepada siswa dan mahasiswa Yayasan Pendidikan Jaya. Dilaksanakan sebagai agenda persiapan memasuki tahun ajaran baru 2021/2022, program vaksinasi ini berlangsung selama 3 hari di tanggal 13 sampai Juli 2021 dan bertempat di Global Jaya School. Hari pertama vaksinasi dilaksanakan untuk mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, dilanjutkan hari kedua vaksinasi untuk siswa SMP dan SMA dari Sekolah Pembangunan Jaya dan hari ketiga vaksinasi untuk siswa SMP, SMA dan juga anak dari karyawan yang bekerja di Global Jaya School.

a) Perencanaan

Pada tahap perencanaan, praktikan mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan terlebih dahulu untuk kegiatan meliput. Praktikan membutuhkan kamera yang berkualitas baik untuk melakukan dokumentasi di lokasi peliputan, namun karena praktikan tidak mempunyai kamera, akhirnya mencari solusi dengan meminjam kepada kerabat yang mempunyai kamera dan mendapatkan kamera Sony A6000. Alat untuk merekam audio dalam wawancara hanya memaksimalkan *handphone* yang dimiliki dengan mempersiapkan baterai dalam kondisi full dan tersedianya memori untuk menyimpan audio.

Selanjutnya, praktikan menyiapkan *list* pertanyaan untuk narasumber yang sekiranya akan menjawab 5W+1H. Karena agendanya adalah vaksinasi Covid-19, praktikan perlu memahami informasi seputar vaksinasi seperti jenis-jenis vaksin Covid-19, syarat untuk mendapatkan vaksin dan hal lainnya terkait vaksinasi.

Sebelum itu praktikan juga perlu mengetahui siapa narasumber yang tepat untuk diwawancarai. Setelah mencari informasi, narasumber yang akan diwawancarai adalah Ibu Rini Pramono selaku Head of Human Capital Development Universitas Pembangunan Jaya yang bertugas sebagai Kepala Satgas kegiatan vaksinasi.

Terakhir adalah memastikan jadwal acara untuk mengetahui kedatangan di waktu yang tepat, lokasi dan akses untuk masuk ke lokasi vaksinasi juga izin untuk meliput kepada pihak yang berkepentingan di lokasi.

b) Pelaksanaan

Memasuki tahap pelaksanaan, praktikan hadir lebih awal untuk melihat situasi dan kondisi dilapangan. Praktikan mengkonfirmasi kepada kepala unit PHA telah hadir di lokasi dan menanyakan apakah ada brief tambahan atau tidak terkait peliputan ini. Praktikan meminta izin kepada pihak penyelenggara dan mulai mengambil sejumlah foto di lokasi. Foto yang diambil dalam beberapa *angle* seperti proses

pendaftaran, antrian pendaftaran, saat vaksinasi disuntikan dan pada banner kegiatan. Praktikan ditugaskan untuk mengambil gambar dengan baik agar saat publikasi di media dapat diterima dengan baik. Akhirnya praktikan mengumpulkan foto sebanyak-banyaknya.



Gambar 3.3 Foto Backdrop Kegiatan Vaksinasi
Sumber : (Acitivity Report 2021)

Praktikan mulai mengobservasi mencari narasumber ketika kegiatan vaksinasi sudah berlangsung. Setelah bertemu dengan narasumber, praktikan memperkenalkan diri dengan ramah dan meminta waktunya untuk diwawancarai seputar kegiatan ini. Karena masih sibuk bekerja, praktikan menunggu sampai Bu Rini sudah memiliki waktu senggang. Setelah itu mulai mewawancarai dengan mendekatkan alat perekam audio kepada narasumber. Sebagai tambahan praktikan mewawancarai narasumber lainnya dari sisi mahasiswa yang melakukan vaksinasi, bagaimana testimoninya dan alasan divaksinasi.

c) Evaluasi

Tahap terakhir praktikan melakukan evaluasi dari hasil liputan yaitu dengan mengecek hasil audio dan gambar yang telah diambil. Audio yang didapat terdapat noise karena berada ditempat umum, namun masih dapat terdengar. Untuk hasil gambar, karena banyak melakukan pengambilan gambar, dapat dipilih foto yang menarik dan bagus. Dari hasil wawancara, jawaban dari narasumber sudah memenuhi kebutuhan dalam penulisan artikel.

2) Liputan Prestasi Juara 1 Pustakawan Tingkat Provinsi Banten

Perlombaan yang diselenggarakan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Pemerintah Provinsi Banten merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka pemilihan pustakawan berprestasi terbaik tingkat Provinsi Banten. Perlombaan telah dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2021 dan lebih dari 70 peserta mengikuti perlombaan ini. Mereka merupakan pustakawan dari tingkat perpustakaan sekolah, dinas dan perpustakaan perguruan tinggi yang ada di wilayah Provinsi Banten. Dalam perlombaan ini, Kepala Perpustakaan UPJ Kisman Samdu berhasil lulus verifikasi bahan administrasi dan masuk sebagai 4 peserta yang lanjut ke tahap final.

a) Perencanaan

Berbeda dengan liputan sebelumnya yang harus terjun di lapangan, pada liputan kali ini dilakukan secara daring atau *online*. Pada tahap perencanaan di liputan ini, praktikan hanya mempersiapkan pertanyaan dan mendapatkan kontak narasumber yaitu Pak Kisman. Wawancara akan dilakukan melalui *chat* di Whatsapp dengan memperkenalkan diri bahwa praktikan dari pihak UPJ ingin melakukan wawancara untuk kebutuhan pembuatan artikel.

b) Pelaksanaan

Untuk mendapatkan kontak dari narasumber, praktikan menghubungi beberapa kerabat yang sekiranya mengetahui kontak narasumber. Setelah praktikan mendapatkan kontak, praktikan mulai menghubungi pada jam kerja, agar tidak mengganggu waktu istirahat atau waktu diluar jam kerja. Tidak hanya memberikan sejumlah pertanyaan, praktikan juga meminta foto-foto narasumber ketika memenangkan perlombaan.

c) Evaluasi

Pada liputan secara *online* ini, evaluasinya adalah dengan melalui *chat* di Whatsapp kurang adanya komunikasi yang lebih dalam untuk *brainstorming*. Informasi yang didapat seputar pertanyaan tercukupi,

namun untuk dapat bertanya lebih lanjut untuk informasi tambahan lainnya karena terbatasnya jawaban yang diberikan.

3.2.2.3 Penulisan Artikel dan Publikasi

Dalam pekerjaan untuk penulisan artikel, praktikan membuat sejumlah artikel untuk kebutuhan publikasi di media internal dan eksternal UPJ. Dalam pelaksanaannya, praktikan mendapatkan bahan penulisan dengan melakukan riset dan juga melakukan liputan secara langsung. Riset yang dilakukan, berdasarkan dari materi yang diberikan dari unit PHA UPJ yang dikembangkan dengan narasi tertentu sesuai dengan konteks dari topik pembahasan di artikel tersebut. Berikut adalah artikel yang dikerjakan oleh praktikan:

a) **Draf Artikel Beasiswa UPJ**

Pada penulisan artikel ini, praktikan ditugaskan untuk membuat 3 draf artikel seputar program beasiswa yang ditawarkan oleh UPJ pada periode tahun ini. Draft artikel dibuat untuk bulan Agustus, September dan Oktober.



Gambar 3.4 Materi Beasiswa Unit PHA
Sumber : (Unit PHA 2021)

Pada setiap artikel di akhiri dengan pesan persuasi seperti pada 34pecial34h terakhir artikel berikut ini. Salah satu program beasiswa untuk tahun ajaran 2021/2022 ini adalah dengan memberikan potongan berupa biaya uang pangkal dan bahkan gratis bagi siswa/I SMA dan SMK dengan melihat rata-rata nilai rapornya. Selain itu ada juga ada

program beasiswa *early bird*, bagi siswa kelas XI dapat berkesempatan untuk mendapatkan *full* beasiswa dengan prestasi yang dimiliki secara akademik dan non akademik berupa siswa terbaik, lomba tingkat provinsi atau nasional dari bidang olahraga, sains dan seni budaya. Pendaftaran terbatas dan dibuka hingga tanggal 31 Agustus melalui www.upj.ac.id/pmb. Raih kesempatan ini dan bangun masa depanmu bersama Universitas Pembangunan Jaya.

b) Program Vaksinasi Yayasan Pembangunan Jaya

Penulisan artikel ini merupakan hasil liputan langsung yang praktikan liput. Praktikan harus menyelesaikan penulisan di hari yang sama pada sore hari setelah selesai meliput di pagi hari. Hal ini dilakukan karena kebutuhan akan kecepatan untuk publikasi berita. Artikel berita yang ditulis ini selain akan dipublikasikan di media internal yaitu *website* UPJ, juga dipublikasikan kepada media eksternal UPJ, diantaranya yaitu Detik.com dan Tangerangnews.com.



Gambar 3.5 Publikasi artikel pada Detik.com
Sumber : (Acitivity Report 2021)

c) Prestasi Pustakawan UPJ

Penulisan artikel prestasi ini merupakan salah satu momen penting untuk dipublikasikan, dengan narasi pemberitaan inspiratif seperti ini akan membangun citra yang positif bagi UPJ. Narasi dalam penulisan

yang praktikan tulis pada 36pecial36h pertama yaitu sesuai dengan 5W+1H, untuk 36pecial36h kedua, praktikan menulis dengan narasi *background* dari sosok Pak Kisman dan di 36pecial36h akhir berupa kutipan langsung dari hasil wawancara dengan Pak Kisman, praktikan bertanya terkait apa harapannya untuk Pustakawan Indonesia. Pak Kisman menjawab “Harapan saya terhadap Pustakawan Indonesia untuk selalu meningkatkan kompetensi dan mengambil bagian dan posisi terdepan dalam memberikan pelayanan prima bagi pemustaka. Sedangkan harapan saya untuk Perpustakaan Indonesia baik Perpustakaan Umum sampai dengan Perpustakaan Perguruan Tinggi untuk selalu menjadi agen perubahan dan menjadi lembaga peradaban IPTEK” Ujar beliau. Pak Kisman juga menambahkan, alasan inovasi yang dilakukan adalah untuk membantu Tri Dharma sivitas UPJ yang mengalami kesulitan mengakses sumber informasi, persiapan akreditasi prodi dan universitas, memudahkan proses administrasi sivitas UPJ dan untuk memberikan layanan prima bagi civitas UPJ.

d) Beasiswa program Nilai UTBK dan Nilai Rapor

Artikel terakhir yang ditulis oleh praktikan mengambil referensi dari Universitas lain dengan membuat narasi pemberitaan program beasiswa nilai UTBK dan nilai rapor. Berhubung UPJ mempunyai program yang sama praktikan diarahkan oleh Kepala unit PHA untuk membuat narasi pemberitaan yang sama. Artikel ini ditujukan untuk dipublikasikan di Detik.com pada rubrik edu, namun artikel saat ini belum dapat dipublikasikan.

3.2.3 Content Planner

1) Facebook & Twitter

Pada pekerjaan ini, praktikan ditugaskan untuk membuat *Content Plan* untuk Facebook dan Twitter dalam periode satu bulan. Sebagai referensi, praktikan melakukan riset dan menganalisa jenis konten yang pernah dibuat pada periode tahun lalu di bulan Agustus 2020. Praktikan juga berdiskusi untuk menentukan jumlah postingan yang akan diposting dan rubrik apa saja yang dapat dipublikasikan.

Terdapat beberapa rubrik seperti, Qizmiz atau quiz Kamis yang merupakan jenis konten untuk meningkatkan *engagement* dari para pengikut. Konten permainan ini tentunya akan menarik dan membangun minat para pengikut untuk berpartisipasi dalam menjawab kuis. Rubrik lainnya adalah magang mahasiswa UPJ, berhubung pada periode konten tersebut berada dalam masa magang mahasiswa, cerita dari para mahasiswa yang sedang melakukan magang akan menarik audiens, khususnya para calon mahasiswa. Mereka akan mendapatkan gambaran jika memilih kuliah di UPJ akan merasakan kesempatan untuk bekerja di perusahaan-perusahaan yang diinginkan. Rubrik lainnya yaitu tips mahasiswa, melihat pengikut dari akun UPJ bukan hanya calon mahasiswa, tetapi juga mahasiswa itu sendiri maka konten ini dapat meraih *engagement* juga untuk mahasiswa aktif. Terdapat juga rubrik mengenai tawaran beasiswa dan pendaftaran di UPJ. Terakhir yaitu hari-hari 37pecial yang tidak boleh dilewatkan.

Indikator dalam menentukan rubrik ini diukur dari target audiens yang dimiliki UPJ, mulai dari demografi dan psikografinya, sehingga praktikan dapat menganalisa kebutuhan konten apa yang menarik para audiens. Indikator lainnya dalam menentukan rubrik adalah melihat sejauh mana efektifitas rubrik yang sama pada periode sebelumnya sehingga konsistensi pemilihan rubrik dapat membuat para audiens setia untuk berpartisipasi dengan memberikan komentar dan like.

Melihat akun Twitter UPJ yang menggunakan konten yang sama dengan Facebook, praktikan hanya fokus membuat *content plan* pada Facebook. Walaupun Twitter memiliki karakteristik yang berbeda, namun untuk sementara masih menggunakan konten yang sama dengan Facebook. Artinya perlu optimasi yang lebih baik lagi dalam pembuatan konten di media sosial Facebook dan Twitter, mengingat setiap platform memiliki demografi dan psikografi audiens yang berbeda dimana konten yang dibuat memiliki pendekatan karakteristik yang berbeda. Seperti pada contoh Twitter yang mempunyai target para calon mahasiswa serta orang tua dan menggunakan tulisan yang terbatas pada jumlah kata dan memiliki karakteristik berupa menyuarakan opini yang menarik.

2) UPJ International

Pada tugas ini, praktikan diarahkan untuk membuat *content plan* untuk akun Instagram UPJ International. Konten yang diproduksi untuk Instagram International ini dibuat sebagai draf di bulan Oktober 2021. Dengan target audiens yang berskala global membuat praktikan harus menguasai materi bidang sistem informasi. Selain itu kesulitan lainnya adalah bahasa yang digunakan adalah bahasa Inggris.. Praktikan perlu menganalisis dan mempelajari konten-konten yang akan dipublikasikan pada akun Instagram ini. Praktikan melihat referensi konten dari konten *feeds* yang sudah diunggah pada periode sebelumnya yaitu dimulai bulan April sampai Agustus 2021. Selanjutnya praktikan juga mencari materi melalui internet seputar tren teknologi dan jurusan sistem informasi.

Draft konten dibuat dalam file excel untuk *feeds* dan *caption*. Unsur-unsur yang dibuat adalah rubrik, visual konten dan *caption*. Praktikan membuat beberapa draft konten yang disanggupi, yaitu pada rubrik *quotes* tokoh-tokoh di bidang teknologi, kemudian prospek di bidang sistem informasi, seputar pembelajaran di bidang sistem informasi dan hari-hari spesial. Setiap rubrik mendapatkan jadwal satu minggu sekali untuk diunggah. Visual konten yang dibuat praktikan mengusung konsep *microblog*, terdapat slide 1 untuk judul konten, slide 2 dan seterusnya merupakan penjelasan. Pada *caption* praktikan membuat dalam format yang sama dengan postingan di periode sebelumnya. *Hashtag* yang digunakan yaitu #InternationalClass #InformationSystems, #IUP #TemanUPJ #UPJ #UniversitasPembangunanJaya #UrbanCampus #Bintaro #bintarojaya.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Saat melaksanakan kerja profesi, praktikan dihadapi oleh sejumlah masalah yang menjadi hambatan dan kesulitan dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan yang diberikan. Beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan adalah sebagai berikut.

Kendala Pada Instansi

- 1) Praktikan berada pada posisi sebagai *support staff* humas yang langsung berhadapan langsung dengan kepala unit PHA, sehingga kontribusi yang diberikan dikhawatirkan masih banyak kekurangan.
- 2) Praktikan kurang mendapatkan review dan feedback hasil pekerjaan yang telah dikerjakan sehingga tidak mengetahui sudah sejauh mana kompetensi yang dimiliki praktikan.

Kendala Teknis

- 1) Praktikan mendapatkan pekerjaan tambahan berupa melakukan liputan, dimana pekerjaan tersebut merupakan bidang jurnalistik, sehingga praktikan perlu menyesuaikan diri dan mempelajari peliputan dengan benar.
- 2) Praktikan mendapatkan tantangan untuk mempelajari bidang sistem informasi dan penggunaan bahasa inggris dalam membuat *content plan* pada instagram UPJ International.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Setiap pekerjaan tentunya memiliki kesulitannya tersendiri, namun sebagai bentuk pelatihan dan persiapan memasuki dunia kerja, praktikan perlu berusaha mencari solusi dan berpikir kreatif dalam menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi. Berikut adalah cara praktikan dalam mencari jalan keluar dari kendala di pekerjaan:

Kendala Perusahaan

- 1) Praktikan menunjukkan antusias dan berusaha mengerjakan setiap tugas yang diberikan semaksimal mungkin dengan totalitas. Praktikan juga perlu bersikap proaktif dalam berkomunikasi dengan atasan dan memberikan *feedback* dengan percaya diri untuk mendapatkan arahan yang jelas dan lengkap.

Kendala Teknis

- 1) Praktikan mempelajari bagaimana melakukan liputan dengan baik dan menghubungi beberapa kerabat yang sedang magang sebagai wartawan sehingga dapat banyak masukan dan pembelajaran.
- 2) Praktikan mencoba untuk memahami konsep dari kontennya dan menggunakan alat bantu penerjemah serta kerabat yang menguasai bahasa inggris dalam membuat *content plan* Instagram UPJ International.

