

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pengalaman kerja menjadi suatu hal penting dalam membangun karir dan juga membentuk suatu karakter dan pengalaman dalam dunia industri dan lapangan. Tak sedikit juga banyaknya perusahaan yang mempunyai klasifikasi tertentu atau syarat-syarat untuk bisa bekerja di perusahaan tersebut, banyak dari perusahaan yang mempunyai syarat “minimal mempunyai satu tahun pengalaman bekerja” dimana syarat tersebut menjadikan para *fresh graduate* mengalami kesulitan dalam melamar pekerjaan karena mereka hanya fokus di jenjang perkuliahan mereka mengejar nilai akademis dan waktu yang sulit dibagi antara pekerjaan dan juga waktu perkuliahan.

Kesempatan dalam mendapatkan kerja profesi dapat melatih mahasiswa untuk mendapatkan kesempatan untuk mengetahui seluk beluk industri yang akan mereka tekuni. Ketika masuk langsung kedalam dunia kerja yang sesuai dengan tujuan mahasiswa belajar atau sesuai dengan kemampuan mahasiswa akan memberikan pengetahuan mengenai bagaimana industri tersebut, apa yang boleh dan tidak dilakukan serta bagaimana pengalaman perusahaan dan juga mengetahui tantangan apa saja yang akan dihadapi dalam industri tersebut. Masuk ke dalam dunia kerja juga bisa meningkatkan *soft skill* yang bisa menjadikan tolak ukur mahasiswa untuk masuk ke sebuah perusahaan, misalnya seperti berfikir kritis, kreatif, kerja sama tim atau kelompok, dan skill berbicara atau *public speaking*. Dalam dunia kerja Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) memanglah penting, namun itu hanya tolak ukur mahasiswa dalam bidang akademik atau sekedar pengetahuan yang di dapat dalam kelas, namun memasuki ruang lingkup kerja menjadikan mahasiswa memiliki penalaman sekaligus keterampilan bagaimana sikap dan bagaimana bisa menaati peraturan yang ada dalam perusahaan yang membuat mahasiswa lebih unggul ketika bisa membuktikan bahwa

mahasiswa tersebut kompeten dan bisa menjadi peluang lebih baik dibandingkan hanya sekedar IPK yang bagus namun juga mempunyai pengalaman. Ketika mahasiswa sudah mendedikasikan dirinya untuk berkembang dan belajar lalu merealisasikan nya di bidang yang ia tekuni maka mahasiswa tersebut sudah menunjukkan komitmennya dalam bidang yang ia tekuni dalam berkakrir. Ketika seseorang yang mempunyai pengalaman kerja yang banyak atau sudah lama berkecimpung di dalam dunia industri yang ia tekuni maka secara tidak langsung bisa memberikan pengalamn dan juga sudah menghadapi banyak masalah yang terjadi dan juga tantangan dunia industri, maka kemungkinan besar ia akan bisa menjadikan pengalamnya sebagai pemecah masalah dan tantangan yang dia hadapi selama ia bekerja (Afifah, 2020).

Sebelum masuk dunia industri, persaingan para fresh graduate sangatlah ketat, tercatat pada Badan Pusat Statistik Total angkatan kerja pada Februari 2021 sebanyak 139,81 juta orang, meningkat 1,59 juta orang dibandingkan Agustus 2020. Sejalan dengan peningkatan angkatan kerja, Angka Partisipasi Tenaga Kerja (TPAK) juga meningkat sebesar 0,31 poin persentase dan Covid19 mempengaruhi 19,10 juta orang (9,30 persen dari populasi usia kerja). Terdiri dari pengangguran karena Covid19 (1,62 juta orang), bukan angkatan kerja (BAK) karena Covid19 (0,65 juta orang), pengangguran sementara karena Covid19 (1,11 juta orang) dan penduduk bekerja, yang jumlah jam kerjanya karena Covid19 (15,72 juta orang) (Badan Pusat Statistik, 2021).

Berdasarkan data tersebut kita bisa melihat bagaimana persaingan *fresh graduate* dengan banyaknya orang yang belum mendapatkan kerja tetap, dampak covid juga membuat industri pekerjaan menjadi terganggu, dari pengurangan karyawan hingga pemecatan masal yang terjadi. Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya diharuskan untuk melakukan kerja profesi, paktik ini menjadikan mahaiswa menjadi mencoba dan mempunyai pengalaman industri kerja pada saat mahasiswa masih di jenjang perkuliahan. Hal ini bisa membantu para mahasiswa keika mereka akan melanjutkan ke jenjang pekerjaan setelah lulus dari perkuliahan.

Kesempatan untuk terjun langsung ke dunia industri menjadikan keunggulan tersendiri bagi mahasiswa ketika melamar pekerjaan. Covid

menjadi salah satu halangan para mahasiswa untuk bekerja langsung ke kantor atau *Work from Office* (WFO). Kebijakan pemerintah untuk melakukan pekerjaan dari rumah justru menjadikan kebanyakan tempat perusahaan memberikan peraturan baru untuk mengerjakan pekerjaan dari rumah atau *work from home* (WFH). Banyak nya perusahaan yang memberikan penerapan kebijakan *work from home* dikarenakan covid-19 yang dianjurkan oleh negara, lalu di Indonesia pandemi juga belum usai dan semakin membaik keadaannya maka beberapa perusahaan melakukan sistem kerja hybrid atau kombinasi antara *work from home* dan *work form office* (Yasmine, 2021).

Dengan melakukan kerja profesi di kala pandemi dan terpaksa harus mengerjakan segala sesuatu dari rumah maka hal ini mengajarkan mahasiswa untuk mengasah kemampuan digital mereka, segala pekerjaan dan kegiatan yang biasanya di lakukan di kantor menjadi dilakukan di rumah, secara tidak langsung perusahaan sangat memerlukan karyawan atau anggota organisasi yang menguasai teknologi digital, dari pengoprasian media, sosial media, webiste dan aplikasi-aplikasi digital lainnya. Mahasiswa juga dituntut untuk beradaptasi dengan cepat, sebagai mana industri saat ini yang serba cepat dan digital maka sebagai mahasiwa yang terjun ke dunia kerja harus bisa menyesuaikan kemampuannya dan mengikuti keadaan perbahan yang tidak biasa seperti sebelum pandemi terjadi. Kegiatan komunikasi yang paling jelas perubahannya, di mana sebelumnya kita melakukan pertemuan melewati tatap muka secara langsung tetapi saat ini harus melakukannya melwati aplikasi *meeting online*, pada momen ini mahasiswa bisa belajar beradaptasi dan juga menggunakan sarana media komunikasi digital dengan maksimal (Topkarir, 2021).

Dengan adanya tantangan tersebut, sebagai mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Pembangunan Jaya hal ini bisa menjadi sebuah pengalaman sekaligus menjadi mengetahui industri apa saja yang berhubungan dengan jurusan ilmu komunikasi secara langsung. Sebagai mahasiswa komunikasi Agency sudah dangat melekat. Agensi di Indonesia terus berkembang seiring dengan berkembangnya berbagai perusahaan yang ada. Hal ini terjadi karena sebagian besar pelaku bisnis lebih memilih

layanan keagenan daripada layanan internal. Peran sebuah agensi dalam menciptakan citra atau branding perusahaan di mata publik melalui media justru semakin berkembang (Redcomm Indonesia, 2021).

Melihat adanya perkembangan yang baik di dunia Agensi, praktikan memilih The Hatch Indonesia, Hatch adalah inkubator bakat yang membantu mahasiswa dan lulusan baru mempersiapkan diri untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka sebagai spesialis pemasaran digital di bawah naungan PT. Rancang Adi Cipta Kreasi. Sebagai inkubator talenta dan *satellite agency*. Sebagai *talent incubator* The Hatch menawarkan kelas khusus yang bisa diikuti oleh external untuk belajar mengenai beberapa hal. Hatch Indonesia memiliki program pelatihan yang memberikan kesempatan kepada para talenta untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman mereka di bidang pemasaran digital. Posisi yang tersedia dalam program pelatihan The Hatch Indonesia adalah *Account Manager, Digital Strategist, Social Content and Media Specialist, Media Planner, Graphic Designer and Technology*. The Hatch talent akan mendapatkan klien nyata dan proyek nyata melalui struktur, mekanisme, dan alur kerja agensi pemasaran digital. Sehingga mahasiswa dapat merasakan langsung bekerja dan menjalankan bisnis digital marketing. Dalam jangka panjang, The Hatch dirancang untuk menjadi platform dan ekosistem yang kuat untuk mempersiapkan dan mendistribusikan talenta untuk industri yang disajikan dalam kumpulan talenta dengan basis data talenta, kinerja pribadi yang kuat. Praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi di The Hatch Indonesia karena memiliki reputasi yang baik, di mana The Hatch Indonesia pernah bekerja sama dengan beberapa brand besar diantaranya adalah Trans Jakarta, ADPLUS, Goers, Rack Digital, KYB, King Koil, Emeron, Aspira, Sequis, Manulife, dan beberapa merek lainnya.

The Hatch sebagai *satellite agency* menjadi pilihan praktikan karena memberikan pengalaman langsung terjun ke dunia industri digital, dalam kesempatan ini praktikan ingin mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mengenai digital marketing melalui sosial media, dengan adanya perkembangan industri yang baik dan juga harapan dari pemerintah kepada anak muda untuk menekuni industri digital saat ini

menjadikan dorongan praktikan untuk melakukan kerja profesi di The Hatch Indonesia

Pemerintah berharap, melalui Kementerian Koordinator Perekonomian, perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor digital dapat terus berkontribusi dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Hal ini untuk mendukung upaya Indonesia bebas dari jebakan kelas menengah pada tahun 2045. Menko Perekonomian Airlangga Hartarto mengatakan “Target Indonesia di 2045 salah satunya adalah lolos dari middle income trap dengan rata-rata PDB harus di atas US\$10 ribu,” seperti dikutip dari situs Kemenko Perekonomian. Ia berharap industri digital dapat antara lain mendorong akses yang lebih besar terhadap teknologi digital. Kedua, mengembangkan keterampilan/pengetahuan digital dan meningkatkan ketersediaan talenta digital. Ketiga, memfasilitasi peningkatan kualitas layanan digital dan, keempat, memperluas kesempatan bagi pekerja informal untuk meningkatkan pendapatannya. Selain itu, juga meningkatkan inklusi keuangan dan sistem pembayaran digital. Hal ini juga sejalan dengan pengembangan keterampilan digital sumber daya manusia yang digagas oleh Presiden Joko Widodo melalui Program Nasional Literasi Digital “Indonesia Makin Cakap Digital”. Gerakan ini diharapkan dapat mendorong berbagai inisiatif di tempat lain untuk melakukan kerja nyata di masyarakat agar mereka dapat lebih memanfaatkan Internet untuk kegiatan pendidikan dan produktif (Kementrian Keuangan, 2021)

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai *Social Media Specialist* di The Hatch Indonesia:**

- 1) Mempelajari cara memproduksi konten yang baik.
- 2) Mempelajari menganalisa konten.
- 3) Melatih keterampilan dalam menulis.
- 4) Mendalami sosial media.
- 5) Mengembangkan skill public speaking untuk berkomunikasi dengan tim maupun client.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Content Creator pada The Hatch:**

- 1) Mendapatkan pengalaman sebagai Content Strategist, social media specialist, dan manager KOL.
- 2) Mampu menganalisa konten dengan baik.
- 3) Mempelajari proses pembuatan strategi konten.
- 4) Mengasah ketampilan menulis di media sosial
- 5) Mampu bekerjasama dengan tim maupun berhadapan dengan client.
- 6) Mendapatkan wawasan mengenai membuat strategi dan melaksanakan kampanye digital.

### **1.3 Kegunaan Kerja Profesi**

#### **1.3.1 Bagi Mahasiswa**

- 1) Memaksimalkan teori dan pelajaran yang didapat dari perkuliahan untuk di realisasikan di dunia industri.
- 2) Memahami bagaimana industri pekerjaan yang sesungguhnya.
- 3) Belajar bagaimana komunikasi yang baik dengan pihak eksternal maupun pihak internal.
- 4) Mempunyai pengalaman kerja yang sesuai dengan kompetensi mahasiswa, sehingga bisa menjadi acuan mahasiswa untuk ke jenjang selanjutnya di dunia kerja.

#### **1.3.2 Bagi Universitas Pembangunan Jaya**

- 1) Memperluas jaringan antara koneksi perusahaan dan juga pihak kampus.
- 2) Mengetahui bagaimana respon terhadap kurikulum dalam sudut pandang industri, dan masyarakat.

#### **1.3.3 Bagi Instansi Perusahaan**

- 1) Membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak kampus.
- 2) Merealisasikan tanggung jawab sosial kelembagaan atau organisasi.
- 3) Membangun hubungan simbiosis yang saling menguntungkan bagi seluruh pihak yang terlibat.

#### 1.4 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melakukan kerja profesi di tempat perusahaan bernama The Hatch (PT. Rancang Adi Cipta Kreasi) yang bertempat di Jl. Darmawangsa IIA No.11A, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Jakarta 12160. The Hatch sendiri adalah sebuah *talent incubator* yang membantu mahasiswa dan lulusan baru mempersiapkan diri untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka sebagai spesialis pemasaran digital di bawah naungan PT. Rancang Adi Cipta Kreasi. Sebagai inkubator talenta, The Hatch talent akan mendapatkan klien nyata dan proyek nyata melalui struktur, mekanisme, dan alur kerja agensi pemasaran digital. Sehingga mahasiswa dapat merasakan langsung bekerja dan menjalankan bisnis digital marketing.

Alasan praktikan memilih The Hatch adalah ingin mendalami bagaimana bekerja di agency digital, selain itu juga ingin mempelajari bagaimana perkembangan industri kreatif serta menjadi lebih tau industri di bidang ini karena menyesuaikan dengan jurusan ilmu komunikasi. Seiring dengan perkembangannya dunia sosial media, *Social Media Specialist* tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan, organisasi, tetapi juga oleh individu terutama public figure seperti politisi, *influencer*, selebriti. Mereka mencoba membangun citra dan popularitas publik, karena keduanya dianggap sebagai kunci kesuksesan dan pertahanan karir mereka. Oleh karena itu, peran Social Media Specialist dalam memposisikan dan membangun citra pelanggan di depan netizen sangat diperlukan di waktu yang akan datang (Topkarir, 2021).

Selain itu The Hatch memiliki sudah memiliki pengalaman yang baik, di mana ia sudah pernah bekerja sama dengan beberapa brand besar untuk menangani sosial media, kampanye, website, dan beberapa kerja sama lainnya. Hal ini menjadikan praktikan memilih The Hatch Indonesia sebagai *social media specialist* untuk melaksanakan kerja profesi, selain itu juga mendukung praktikan sebagai mahasiswa ilmu komunikasi. Hal ini menjadi penting dan menarik untuk menambah pengalaman dan juga wawasan mengenai dunia agensi digital dengan menjalankan proyek yang dilakukan selama praktikan melakukan kerja profesi.

## 1.5 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			■																									
2	Mencari tempat magang			■	■	■																							
3	mengirim cv ke The Hatch					■																							
4	mengajukan tempat magang The Hatch						■	■																					
5	mengirimkan berkas surat pengantar ke The Hatch									■																			
6	menyerahkan surat pengantar Kerja Profesi										■																		
7	Diterima di The Hatch											■	■																
8	melengkapi berkas kerja profesi											■	■																
9	mulai mengerjakan tugas kerja profesi													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
10	membuat laporan KP																									■	■	■	
11	Pengumpulan Laporan KP																											■	

Di bulan April praktikan membuat CV yang baik agar bisa melamar di perusahaan yang akan diincar demi memenuhi kerja profesi. Praktikan mencari tempat magang di internet dan juga koneksi untuk mencari perusahaan yang kira-kira bisa menerima praktikan sesuai dengan kompetensi yang telah dimiliki.

Setelah membuat cv sedemikian rupa praktikan mencoba mengirimkan berkas lamaran ke beberapa tempat untuk menunggu dipanggil dan menunggu konfirmasi dari pihak perusahaan. Setelah menunggu beberapa

waktu dan juga mencoba melamar di beberapa tempat, dan pada akhirnya diterima di The Hatch. Setelah itu praktikan melengkapi berkas-berkas yang harus dikirim ke perusahaan sebagai prasyarat.

Pada pertengahan Juni 2021 praktikan memulai kerja profesi di The Hatch, dan sempat datang ke kantor sekali saja, dan selanjutnya bekerja di kantor selama pandemi atau *work from home*. Dalam pengerjaan magang tersebut praktikan melakukan meeting dan brainstorming melalui daring dan juga segala macam interaksi dengan pihak internal maupun pihak eksternal.

Selama melakukan kerja profesi sebagai *social media specialist* praktikan berkesempatan untuk mengerjakan beberapa proyek di antaranya menjalankan kampanye dengan Xylitol Indonesia yang berkolaborasi dengan BTS dengan nama #SmileToSmileProject, Sangobion dengan kampanye #JagaDarah dan yang terakhir membuat *deck pitching* Zoetis Indonesia.

Dalam pelaksanaan kerja profesi, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa yang melakukan kerja profesi dilakukan paling sebentar selama 400 jam. Yang dihitung selama 3 bulan kerja. Praktikan melakukan kerja profesi ini terhitung sejak tanggal 21 Juni hingga 13 September, dengan jam kerja 8 jam perhari. Maka praktikan sudah melakukan kerja profesi lebih dari waktu yang telah ditentukan oleh Universitas Pmebangunan Jaya yakni 400 jam kerja.