

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Dalam dunia kerja mahasiswa dapat mengembangkan *soft skill* dan *hard skill* yang sudah didapatkan selama perkuliahan. Dikarenakan, dunia kerja mencari seseorang yang mempunyai karakter dan kompetensi. Dua hal ini mampu menjadi aset penting mahasiswa setelah mereka lulus kuliah (Sumantri, 2020) Melalui kompetensi, perusahaan tahu lebih banyak tentang posisi yang tepat untuk kita. Kompetensi adalah panduan bagi perusahaan untuk memberitahukan kepada karyawannya pekerjaan yang tepat. Kompetensi berkaitan dengan tindakan yang menunjukkan baik atau buruknya kinerja seseorang (Evandio, 2019).

Dari kemampuan yang terlihat ini, perusahaan menjadi lebih banyak mengetahui tentang bagaimana seseorang bertanggung jawab, dapat memecahkan masalah, dan menyampaikan informasi tentang tugas yang diberikan oleh atasan kepada orang lain. Pada intinya kompetensi dibuat untuk merencanakan, mendukung, dan mengembangkan tindakan dan kinerja seseorang. Selain itu, melalui keterampilan atau kompetensi kerja karyawan, perusahaan dapat melihat kekuatan dan kelemahan karyawannya (Evandio, 2019). Pada saat ini untuk memasuki dunia kerja, mahasiswa harus memiliki konsep diri dan kompetensi yang baik, hal ini diperlukan agar bisa menciptakan mahasiswa lebih siap menghadapi persaingan dunia kerja yang sebenarnya (Rachmawati & Sulianti, 2018).

Di tengah pandemi Covid-19 saat ini, tingkat pengangguran di Indonesia semakin bertambah. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2020, para pengangguran mencapai 7,07% dari 138,22 juta pekerja. Artinya, 9,77 juta orang menganggur terbuka. Tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) naik 0,24 poin menjadi 67,77%, namun jumlah pegawainya menurun. Menurut tempat tinggal mereka, 8,98 persen pengangguran. Lalu populasi di pedesaan 4,71% (Andryanto, 2021).

Dengan hal ini persaingan dunia kerja di tengah pandemi Covid-19 semakin ketat untuk mendapatkan pekerjaan, lantaran munculnya angkatan kerja baru

dan pekerja yang kehilangan pekerjaan di perusahaan yang terkena dampak wabah Covid-19. Persaingan dunia tenaga kerja dapat dilihat dari peningkatan trafik di situs pencari kerja. Dari April hingga Juni 2020, pekerjaan dicari lebih dari 300 juta kali, meningkat 11% dibandingkan periode yang sama tahun lalu (Wibowo, 2020).

Maka dari itu, mahasiswa tingkat akhir membutuhkan banyak amunisi agar bisa melancarkan jalannya karir. Magang merupakan salah satu sumber yang bisa mendapatkan pengalaman yang paling berharga. Universitas mengetahui hal ini dengan baik dan mahasiswa membutuhkan pengalaman untuk menjadi orang yang berbakat dan siap. Oleh karena itu, banyak universitas mewajibkan semua mahasiswanya untuk magang (Pintek, 2020).

Universitas Pembangunan Jaya juga mewajibkan para mahasiswanya untuk mengikuti magang atau Kerja Profesi. Kerja Profesi di Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) merupakan mata kuliah wajib dijalankan untuk bisa lulus dari universitas. Pada Mata kuliah kerja profesi ini memiliki bobot 3 (tiga) sks dan berlangsung dilakukan dengan minimal 400 (empat ratus) jam sampai dengan maksimal 8 (delapan) jam kerja per harinya tidak termasuk jam istirahat di tempat kerja atau di perusahaan tersebut. Tujuan dari adanya kegiatan kerja profesi adalah untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan gambaran menyeluruh tentang dunia kerja, teori dan praktik yang diperoleh dalam proses menganalisis teori dan praktik, sesuai dengan keahlian institus (Prodi) di instansi atau lingkungan perusahaan (Jaya, 2021).

Selain terdapat tuntutan magang oleh Universitas, magang juga sebagai wadah kita untuk untuk melatih diri untuk nantinya bekerja di dunia kerja nyata. Sekarang ini banyak perusahaan menggunakan media sosial karena mampu mendapatkan *brand awareness* misalnya. Media sosial memungkinkan perusahaan dan juga brand dapat mengumpulkan komunitas dalam wadah tertentu. Hal ini memudahkan sebuah perusahaan dan brand untuk melakukan promosi dan berinteraksi dengan konsumen. Sebagai konsumen pun merasa semakin dilibatkan pada aneka macam hal, lantaran suaranya semakin mudah terdengar (Icca, 2019). Dengan hal ini banyak perusahaan membutuhkan keterampilan para pekerja dalam mengelola media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube dan lain sebagainya yang bertujuan untuk bisa membuat citra yang baik bagi perusahaan dan menarik perhatian *audiensnya* dengan

memberikan informasi melalui media sosial, maka dari itu praktikan dituntut untuk melakukan magang karena untuk bisa mempraktekan langsung dalam mengelola media sosial yang dimana praktikan sudah mempelajari mengelola media sosial selama praktikan kuliah dengan minor *Public Relations*.

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya memiliki jurusan dengan minor yang tersedia salah satunya yaitu *Public Relations*. *Public Relations* mempunyai arti yaitu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cultip, Center, & Broom, 2011). Aktivitas Public Relation salah satunya adalah menciptakan pencerahan perusahaan yang baik di kalangan publik dengan menggunakan berbagai media dan konten dan memantau media untuk melihat bagaimana reaksi publik terhadap perusahaan (CoHive, 2021).

Pada era digital saat ini, telah mengubah dunia komunikasi yang juga merambah ke Public Relations (PR). Public Relations menjadi ikon terpenting pada era industri digitalisasi yang berperan sebagai perantara komunikasi atau media penghubung pesan. Revolusi komunikasi berbasis digital mengakibatkan peran humas sebagai sangat krusial saat ini (Oktaviandi, 2020). Peran humas sekarang dituntut adaptif terhadap perkembangan zaman. Di era digital seperti sekarang ini menuntut praktisi humas (*PR Officer*) yang tidak hanya mempunyai pengetahuan dan keterampilan dasar pada bidang kehumasan, namun juga harus bisa merespons ritme perkembangan teknologi informasi seperti harus dapat menguasai tips dan trik blogging, mengelola media sosial, dan menulis online (*online writing*). Humas juga harus menjadi pembuat dan penyiar informasi, juga memberikan teladan bagi masyarakat (Romeltea, 2015)

Seorang humas dalam memanfaatkan media, harus kreatif dan interaktif dengan publiknya. Sehubungan dengan perubahan cara humas di era digital, terutama penggunaan berbagai tempat interaksi (platform) media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan juga YouTube yang sekarang ini menjadi alat terpenting dalam menjalankan fungsi kehumasan (Widiyarti, 2019). Maka dari itu, praktikan ingin mempelajari mengenai kegiatan kehumasan di era digital saat ini yaitu menyebarkan informasi kepada publik atau audiens dengan melalui pembuatan konten yang kreatif di sebuah perusahaan.

Sebelumnya praktikan telah mempelajari tentang bagaimana mengelola media sosial dan menciptakan konten kreatif dalam mata kuliah minor Public Relations, yaitu mata kuliah Hubungan Masyarakat Online, Penulisan Hubungan Masyarakat dan Produksi Media Hubungan Masyarakat yang mempelajari bagaimana membuat konten dari perencanaan hingga dapat memproduksinya yang bertujuan untuk membangun dan mendapatkan citra yang positif pada suatu perusahaan.

Pembuat konten atau *Content Creator* adalah seorang yang melakukan aktivitas membuat informasi, mengubahnya sebagai gambar, video, dan juga tulisan, atau menyebutnya sebuah konten, lalu konten tersebut disebarluaskan melalui platform, salah satunya adalah media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan lain-lain. *Jobdesk* dari seorang *content creator* adalah mengumpulkan ide beserta data, lalu melakukan penelitian, dan setelah itu dapat membentuk suatu konten. Seorang *content creator* dapat menghasilkan konten yang tepat menggunakan identitas dan merek yang dibutuhkan dan juga berusaha keras untuk mencapai tujuan berbasis konten yang disepakati. Misalnya, untuk keperluan iklan, pendidikan, hiburan, atau tujuan informasi. Kemudian sesuaikan konten dengan platform yang dipilih. Dalam hal ini, pembuat konten dapat membuat karya untuk berbagai platform dan juga dapat mengevaluasi konten yang telah ditayangkan (Sundawa & Trigartanti, 2018).

Oleh karena itu, seorang *content creator* berkaitan dengan peran hubungan masyarakat, yang dimana *content creator* memiliki peranan penting di sebuah organisasi atau perusahaan. *content creator* dapat membantu menjalankan strategi digital marketing dengan menghasilkan suatu konten yang dapat memasarkan kegiatan kehumasan melalui platform-platform media sosial sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* pada suatu perusahaan. Suatu konten adalah kunci penting dari semua aktivitas pemasaran perusahaan (Firdiansyah, 2021).

Selain itu, *content creator* perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk berbicara, menulis, mengambil & merekam gambar, dan juga mengedit video. Di era digital saat ini, konten digital sangat dibutuhkan diberbagai bidang, seperti bidang industri, bisnis, pendidikan, media, jurnalistik, dan hubungan masyarakat. Selain dibutuhkan, konten digital mempunyai kelebihan, seperti mudah dibuat secara kreatif dan variatif, mudah diakses dan sanggup

menjangkau lebih banyak orang, dan juga dapat dinikmati secara cepat *dan real time* (Lokomedia, 2021).

Kompess merupakan media massa berbasis digital yang didirikan oleh para dosen-dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya. Kompess menyediakan para pekerja baru yang ingin meningkatkan kemampuan para mahasiswa dengan menjadi seorang *content creator*. Maka dari itu praktikan tertarik untuk menjadi seorang *content creator* di Kompess untuk memenuhi kebutuhan mata kuliah kerja profesi. Dengan menjadi seorang *content creator* praktikan ingin membuat konten dengan memberikan ide yang kreatif dalam hal menulis sebuah artikel website, membuat konten instagram, dan membuat konten video di Youtube.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi Sebagai *Content Creator* di Kompess UPJ

- a) Mempelajari profesi sebagai *Content Creator* dalam perusahaan media berbasis digital di KOMPRESS.
- b) Mempelajari kegiatan membuat program berita di YouTube Kompess.
- c) Mempelajari kegiatan menulis artikel di website Kompess
- d) Mempelajari pembuatan konten kreatif pada media sosial Instagram

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Sebagai *Content Creator* di Kompess UPJ

- a) Mendapatkan pengalaman bekerja sebagai seorang *Content Creator* dalam perusahaan media massa berbasis digital.
- b) Mendapatkan pengetahuan dalam pembuatan konten video sebuah program berita
- c) Mendapatkan pelajaran menulis sebuah artikel untuk diunggah di sebuah website
- d) Mendapatkan pelajaran mengenai pembuatan suatu konten di media sosial, mulai dari perencanaan hingga pada saat produksi.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Kompess merupakan sebuah media digital yang dibentuk oleh para dosen Ilmu Komunikasi, Kompess dibawah naungan Program Studi Ilmu Komunikasi,

Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya. Lokasi dari Kompress UPJ berada di Jalan Cendrawasih Rasa Blok B7/P, Sawah Baru, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, 15413.

Media Digital Kompress dapat membangun citra yang positif, Kompress menyajikan berita atau informasi terkait berbagai hal mengenai seputar dunia kampus, prodi, atau peristiwa terkini melalui artikel Website, konten Instagram, dan juga melalui media sosial YouTube resmi Kompress.

Praktikan memilih Kompress UPJ sebagai salah satu tempat untuk pelaksanaan kerja profesi dikarenakan ingin mendapatkan pengalaman kerja dengan menjadi *content creator* di media digital, praktikan juga ingin mengimplementasi pelajaran yang sudah dipelajari selama perkuliahan seperti membuat perencanaan konten, mendesain konten Instagram dan menulis artikel. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor *Public Relations* sangat penting untuk membuat suatu konten.

Kompress memiliki keunggulan sebagai media berbasis digital, Kompress menyajikan berita-berita terbaru melalui Website, Instagram, dan juga YouTube tentang situasi yang terjadi di kalangan para mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya. Berbeda dari media lain, Kompress menyediakan konten-konten khusus tentang seputar mata kuliah Ilmu Komunikasi di Instagram milik Kompress, sehingga praktikan sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat mengaplikasikan materi-materi yang sudah diajarkan selama kuliah dengan membuat konten-konten seputar mata kuliah Ilmu Komunikasi.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Membuat CV dan Portofolio							
2	Mencari Perusahaan yang membuka lowongan magang							
3	Mencari alternatif tempat untuk pelaksanaan kerja profesi							

4	Mengirimkan CV & Portofolio kepada Kompress							
5	Melakukan pelatihan Kompress							
6	Melaksanakan kerja Profesi							
7	Menyusun Laporan Kerja Profesi							

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Pada bulan April, praktikan mempersiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk kebutuhan melamar ke perusahaan dan menjalankan kerja profesi seperti CV dan Portofolio. Setelah membuat dan mempersiapkan dokumen tersebut, pada bulan april sampai dengan juni praktikan mencoba meng-apply ke website resmi txt creative karena perusahaan tersebut membuka lowongan magang melalui website, namun tidak ada balasan. Praktikan juga mencoba mencari - cari lowongan kerja melalui akun Instagram tentang lowongan magang, dan juga praktikan mencari lowongan magang melalui glints dan linkedin. Namun, perusahaan yang praktikan *apply* tidak memberikan jawaban. Karena hal tersebut, praktikan berusaha untuk mencari alternatif perusahaan lain yang membuka lowongan pekerjaan untuk tempat kerja profesi.

Pada bulan Juni 2021, Program Studi Ilmu Komunikasi membuka lowongan dan menyediakan alternatif tempat kerja profesi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi. Alternatif tempat kerja profesi yang disediakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi yaitu sebagai content creator di Media KOMPRESS. Lalu praktikan mencoba untuk mendaftar kerja profesi di Kompress, praktikan mengirimkan CV dan Portofolio melalui email Kepala Redaksi Kompress, lalu mendapatkan *feedback* dari pihak Kompress untuk langsung mengisi surat pernyataan kerja.

Pada 21 Juni 2021, praktikan melaksanakan kerja profesi di Media Kompress. Kemudian, pada hari pertama kerja praktikan mendapatkan informasi tentang pengenalan Media Kompress dan sistematika pelaksanaan Kerja di Media Kompress. Lalu pada hari berikutnya dilanjutkan dengan pelatihan mengedit yang bertujuan untuk menambah wawasan dan kemampuan dalam hal

editing dan juga membuat suatu konten. Pelaksanaan kerja profesi praktikan di Kompress UPJ yaitu dimulai pada tanggal 21 Juni 2021 sampai tanggal 10 September 2021. Lalu jam kerja praktikan selama menjalankan kerja profesi mulai dari pukul 08.00 WIB - 16.00 WIB.

Dalam melaksanakan kerja profesi, praktikan juga harus menyusun Laporan Kerja Profesi. Pada bulan Juli sampai dengan awal Agustus 2021 praktikan memulai membuat penyusunan laporan pada Bab 1 dan Bab 2. Lalu pada bulan Agustus akhir hingga september praktikan melanjutkan menyusun laporan kerja profesi pada Bab 3 dan juga Bab 4. Setelah praktikan menyelesaikan laporan kerja profesi, praktikan mengumpulkan Laporan kerja profesi tersebut karena ditargetkan selesai dan dikumpulkan pada hari Jumat, 8 Oktober 2021 maksimal pukul 15.00 WIB untuk pengumpulan *Hard Copy* dan pada pukul 16.00 WIB untuk pengumpulan *Soft Copy* yang diunggah di folder khusus kerja profesi pada OneDrive.