

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pada era saat ini, terutama di masa sulit yang terjadi di berbagai dunia yaitu Virus *Covid-19* banyak pekerja yang harus diberhentikan untuk melakukan pengurangan karyawan, jika dilihat melalui data pada periode Agustus 2021, telah diketahui bahwa sebesar 138,22 juta orang dengan jumlah Angkatan kerja di Indonesia dan terdapat sekitar 9,77 juta penduduk atau terhitung 0,07 persen yaitu mereka yang telah dinyatakan tidak mendapatkan pekerjaan dan menjadi pengangguran terbuka. Yang artinya Indonesia mengalami kenaikan jumlah pengangguran sebesar 37,49 persen jika dibandingkan dengan priode Agustus 2019 tahun lalu. Hal tersebut dikarenakan adanya Pandemi *Covid-19* yang menjadi faktor utama terjadinya peningkatan jumlah Pengangguran di Indonesia pada Tahun 2020 (kemnaker 2021).

Hal tersebut membuat meningkatnya persaingan yang semakin ketat pada saat ini dengan membuat para *fresh graduate* semakin sulit mendapatkan pekerjaan, terutama untuk *Fresh Graduate* yang belum memiliki bekal serta pengalaman luas mengenai dunia bekerja. Persaingan yang semakin ketat ini tentu menjadi tantangan bagi *Fresh Graduate* untuk mencari peluang dalam mendapatkan pekerjaan. Terutama pentingnya *Fresh Graduate* dalam memiliki daya saing yang kuat untuk menjadi bekal mencari pekerjaan.

Sebagai seorang *Fresh Graduate* tentu tidak mudah mendapatkan pekerjaan untuk memasuki dunia kerja, karena ketatnya persaingan yang tidak sebanding dengan pencari kerja dan lowongan yang memang tersedia, hal ini membuat para *fresh graduate* cukup sulit untuk mendapatkan pekerjaan. Tentu dibutuhkannya keterampilan dan kompetensi tersendiri yang membuat para *fresh graduate* ini memiliki ciri khas dan *skill* tersendiri untuk membedakan mereka dengan yang lain yang memang telah memiliki banyak pengalaman di dunia kerja, agar *fresh graduate* yang menjadi pelamar dan memasuki kriteria dari yang diharapkan oleh perusahaan (Plossa, 2019).

Salah satu cara untuk *fresh graduate* dalam mencari sebuah relasi dan juga pengalaman dalam mengasah *skill* diri mereka ialah dengan adanya mengikuti kegiatan magang. dengan magang mahasiswa atau *fresh graduate* ini tentunya akan banyak mendapat pelajaran sehingga memiliki relasi serta pengalaman yang bertambah dalam mempelajari dunia kerja secara nyata. Magang merupakan suatu peluang yang dapat menguntungkan jika dijadikan kesempatan bagi para mahasiswa dalam memiliki relasi dan pengalaman di dunia kerja. Magang ini biasanya dilakukan di sebuah perusahaan yang sesuai dengan bidang fakultas yang telah dipilih dengan rentang waktu yang berbeda, ada yang tiga bulan bahkan hingga enam bulan.

Tentunya pengalaman dari magang bagi mahasiswa ini sangat bermanfaat dalam kedepannya ketika menduduki dunia kerja yang sebenarnya. Walaupun memang terkadang ada saja perusahaan maupun organisasi yang tidak memberikan kompensasi atau berupa gaji, akan tetapi magang tetap menjadi hal penting dan bermanfaat untuk mendapatkan nilai dan juga relasi serta pengalaman yang berharga mengenai dunia kerja sebagai bekal kedepannya (Bagus K.Y., 2017).

Seperti salah satu Universitas yang mewajibkan adanya magang atau kegiatan Kerja Profesi untuk memandirikan mahasiswanya dan berkesempatan mendapatkan peluang untuk memiliki relasi serta pengalaman jika terjun langsung di dunia kerja, salah satunya yaitu Universitas Pembangunan Jaya.

Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kegiatan Kerja Profesi sebagai mata kuliah persyaratan kelulusan kuliah di Universitas Pembangunan Jaya yang di mana harus menempuh 3 (tiga) bobot sks. Maka seluruh mahasiswa UPJ wajib menjalankan salah satu mata kuliah yaitu Kerja Profesi selama minimal 400 (empat ratus) jam atau terhitung salam 3 (tiga) bulan.

Kerja Profesi merupakan salah satu bentuk kegiatan yang wajib dijalankan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, kemampuan dan pengalaman dalam menambah ilmu di dunia kerja yang sesuai dengan program studinya (Jaya, 2020). kegiatan ini bertujuan agar mampu melatih mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan yang telah mereka dapatkan dan dipelajari selama masa perkuliahan yang kemudian dapat digunakan secara langsung di dunia kerja. Sehingga nantinya dapat menjadi bekal ketika mahasiswa sudah lulus dan mampu bersaing di dunia kerja.

Kuliah Kerja Profesi (KKP) merupakan salah satu bentuk kegiatan yang melaksanakan kerja nyata untuk mengaplikasikan serta mengembangkan ilmu atau teori pengetahuan yang selama perkuliahan telah diterima oleh mahasiswa dari dosen. Hal tersebut menjadi penting, karena dengan adanya pengembangan dalam mengaplikasikan ilmu dan teori pengetahuan pada bidang dan divisi yang sesuai dalam praktik nyata akan sangat membantu mahasiswa untuk melihat kondisi kerja secara langsung dengan sesungguhnya (Yulianto, 2015).

Public Relations merupakan upaya dengan menggunakan sebuah informasi, persuasi, serta penyesuaian, dengan tujuan untuk menghidupkan adanya dukungan public terhadap suatu kegiatan, atau suatu sebab. (E.L.Berneys, USA, 1956) (OSF, 2002)

Public Relations ini merupakan salah satu minor fakultas Komunikasi yang terdapat di Universitas Pembangunan Jaya, Praktikan memilih *minor public relations* karena tertarik dengan bidang dunia kerja yang ditawarkan oleh seorang *public relations*. Sebagai seorang *public relations* tentu sangat membutuhkan media sebagai sarana komunikasi dalam melakukan personal brandingnya, terutama pada pemanfaatan media sosial di era saat ini. Media sosial merupakan penawaran atau kesempatan baik bagi komunikasi korporat yang bersifat secara langsung dan cepat, akan tetapi juga menjadi kesempatan bagi PR untuk mendapatkan idealnya yaitu membangun dan mempertahankan hubungan dengan mengubah sejumlah *stereotyphe* yang bersifat *negative* khususnya hal-hal yang terkait dengan adanya keberadaan perusahaan. Maka media sosial membantu praktivisi PR dalam melakukan komunikasi korporasinya dalam membangun serta mempertahankan hubungan yang sebaik- baiknya dengan public (Juwita, 2017).

Terutama di masa Pandemi saat ini, banyak orang yang terlalu sibuk dengan aktivitasnya masing-masing yang dilakukan di rumah. Sehingga memungkinkan praktisi PR dalam memanfaatkan media sosial untuk memangku kepentingan pada media, *partner* serta konsumennya tanpa memandang di manapun keberadaannya. Terutama untuk seorang *content creator*, dengan media sosial seorang praktisi PR juga mampu membantu dan meningkatkan hubungan dengan komunitas dan menjadikan dirinya sebagai *content creator* untuk menciptakan kreativitas diri pada sebuah konten media sosial.

Content Creator atau disebut sebagai pencipta konten merupakan salah satu bidang profesi yang saat ini sedang *trend* terutama di *era digital* saat ini. Dalam berkembangnya teknologi yang semakin pesat tentu membuat berbagai macam pekerjaan memanfaatkan suatu ide serta membutuhkan kreativitas dalam membantu perusahaan mengembangkannya (SUKANDI, 2021).

Sehingga *content creator* mempunyai peran yang penting bagi perusahaan, tugas dari *content creator* ini adalah membuat ide bagaimana agar konsumen tertarik serta ingin membeli suatu produk yang ditawarkan, hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat konten-konten yang menarik, bentuknya bisa dalam tulisan maupun *visual* seperti gambar, video, yang khususnya untuk media sosial dan website. Dalam memasarkan suatu produk maupun jasa, media sosial tidak memerlukan perizinan secara khusus secara *efisien* dan *efektif* (SUKANDI, 2021).

Seorang *Content Creator* akan sangat dibutuhkan dalam dunia kerja, yang khususnya untuk menciptakan strategi pemasaran secara *efektif* dan menuangkan ide yang kreatif, agar menarik perhatian konsumen. Yang pasalnya, banyak konsumen yang tidak tertarik melihat apalagi membeli suatu produk maupun jasa jika tidak dikemas secara menarik, baik dalam penyajian kontennya. Hal tersebut merupakan permasalahan yang membuat seorang *Content Creator* kini hadir untuk menjadi solusi yang terbaik dalam membantu kegiatan bagi perusahaan untuk memasarkan produknya (SUKANDI, 2021).

Oleh karena itu, Praktikan tertarik untuk melakukan kerja profesi di WeddingMarket sebagai seorang *Content Creator*. Sehingga membuat Praktikan berkesempatan untuk belajar dan mengetahui bagaimana cara kerja sebagai seorang *content creator* yang benar dan sungguh-sungguh dalam memberikan Ide, gagasan, dan kreativitas untuk mengasah hal menulis dan membuat konten.

WeddingMarket merupakan *market place* sebuah website atau aplikasi yang terdapat di dalamnya untuk mempertemukan antara pihak calon pengantin dengan para *vendor* di bidang pernikahan, *Wedding market place* ini dikhususkan sebagai hal-hal yang berhubungan terkait pernikahan saja, dikarenakan lebih spesifik dibandingkan dengan *market place* lainnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lainnya. *Wedding market place* ini berguna untuk para calon pengantin dalam membantu memilih *vendor-vendor* terbaik untuk melaksanakan pernikahan. Terdapat beberapa kategori di dalamnya, yaitu kategori *Photography*, *Venue*, *Dekorasi*, *Catering*, *Undangan*, *Souvenir*, *Busana*, *Makeup*, Dan lainnya (Jas, 2019).

WeddingMarket merupakan salah satu *Wedding market place* di Indonesia yang kita ketahui, website WeddingMarket ini berdiri sejak tahun 2018, sehingga sangat *welcome* dan membutuhkan tenaga kerja baru baik anak-anak magang yang ingin menambah ilmu dan pengetahuan di dunia kerja.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai *Content Creator* WeddingMarket

- a. Mempelajari bagaimana cara memproduksi suatu konten untuk perusahaan WeddingMarket
- b. Mempelajari bagaimana mencari ide sebuah konten yang sesuai dengan kriteria WeddingMarket.
- c. Belajar untuk *Up to date* setiap hari terkait berita Pernikahan yang berlangsung oleh Artis atau *publik figur* di media sosial.
- d. Mampu meningkatkan keterampilan dan kreativitas untuk membuat ide konten dalam mengembangkan ide-ide yang berguna untuk perusahaan di dunia kerja
- e. Mencari pengalaman serta wawasan terkait bagaimana menulis dalam pembuatan konten yang baik dan benar untuk penawaran di media sosial WeddingMarket.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- a. Mendapatkan pengalaman serta ilmu pengetahuan yang belum pernah didapat selama masa perkuliahan.
- b. Mendapat wawasan yang lebih bagaimana cara mengelola suatu konten yang sesuai baik dan benar.
- c. Mendapatkan bimbingan bagaimana mengoreksi suatu penulisan yang sesuai baik dan benar sehingga mampu memperbaiki tulisan menjadi lebih baik lagi kedepannya.

1.3. Tempat Kerja Profesi

Tempat Kerja Profesi : Gedung Melawai Plaza Lt. 2 No. T.304 Jl. Melawai Raya No. 166 Kebayoran Baru Jakarta Selatan.

Website : <https://weddingmarket.com/>

No Telepone : (021) 27516883

Email : marketing@weddingmarket.com

Alasan Praktikan melaksanakan Kerja Profesi di PT Warna Warni Bahagia *brand* WeddingMarket pada Divisi *Content Creator* ini karena WeddingMarket merupakan salah satu *market place* Wedding terbesar yang bahkan saat ini mampu mengalahkan kompetitornya dalam menduduki posisi peringkat kedua sebagai *market place* Wedding terbaik.

Hal ini sangat membuat Praktikan tertarik untuk bergabung dan menjadi bagian dari perusahaan dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan serta wawasan untuk belajar dan memahami bagaimana dunia kerja secara nyata, khususnya pada bidang komunikasi.

Praktikan sangat tertarik ingin belajar dan mengetahui bagaimana sistem pembuatan suatu konten yang sesuai kriteria dari perusahaan, secara baik dan benar. Baik dalam mencari materi untuk konten, menjadwalkan postingan sesuai jam yang telah ditentukan, melatih diri dalam menulis, dan mengetahui bagaimana cara mempromosikan suatu konten yang menarik untuk media sosial dan juga website.



1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

NO	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Mencari informasi terkait lowongan Magang di Media Sosial						
2	Mengirimkan email CV lowongan magang ke Kompas.id						
3	Mengirimkan email CV lowongan ke WeddingMarket						
4	Mengirimkan CV lowongan ke perusahaan PT. Selera Citra Mas						
5	Datang interview secara langsung di kantor WeddingMarket						
6	Melaksanakan Kerja Profesi						
7	Menyusun Laporan Kerja Profesi						

Dalam menjalankan kegiatan Kerja Profesi sebagai Praktikan perlu melewati beberapa tahap terlebih dahulu, Praktikan telah mempersiapkan atau mencari informasi terkait lowongan Kerja Profesi (magang) selama kurang lebih satu bulan, yang terhitung mulai bulan april 2021 hingga Mei 2021, cara Praktikan untuk mendapatkan informasi terkait lowongan magang di perusahaan adalah dengan mengikuti akun-akun di Instagram yang merupakan akun Lowongan terkait magang. Praktikan juga meminta bantuan kepada kerabat yang bekerja di suatu perusahaan.

Praktikan terus bertanya mengenai hal lowongan magang di bulan April sampai dengan Mulai Mei di tahun 2021. Praktikan juga melakukan bimbingan kepada dosen untuk mengetahui arah mana yang cocok untuk mendapatkan divisi yang sesuai dengan program studi *public relations*. Praktikan mengirimkan CV ke 2 (dua) perusahaan, Setelah menunggu kurang lebih 1 (satu) bulan Praktikan mendapatkan informasi bahwa Praktikan berkesempatan diterima di PT Warna-Warni Bahagia *brand* WeddingMarket sebagai *Content Creator*.

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi dengan fokus di bidang yang memang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi yang sesuai dengan divisi *Public Relations* atau *Marketing Communication*. Yang kemudian Praktikan dapat di terima di PT Warna-warni Bahagia *brand* WeddingMarket sebagai divisi *Social Media Team* yaitu sebagai seorang *Content Creator* setelah mengajukan CV dan syarat ketentuan magang seperti formulir pengajuan dan surat penerimaan magang. Pelaksanaan Kerja Profesi Praktikan di WeddingMarket yang terletak di Gedung Melawai Plaza Lt. 2 No. T 304 Jl. Melawai Raya No. 166 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi di mulai dari tanggal 14 Juni 2021 sampai dengan 31 Agustus 2021 yang di mana terhitung selama 3 (tiga) bulan. Di minggu pertama Praktikan diajarkan bagaimana mengelola konten yang baik dan sesuai dengan kriteria dari WeddingMarket.

dari mana mencari sebuah foto untuk konten postingan Instagram, mengenal atau mempelajari apa itu WeddingMarket, bagaimana mengelola konten dan menulis *caption* yang baik dan benar untuk Instagram, Tiktok, Youtube dan juga website dengan pembimbing dan tim media social lainnya yang telah mengajarkan Praktikan.

Setelah diberikan pelatihan dan diajarkan bagaimana membuat suatu konten yang sesuai dengan kriteria dari WeddingMarket Praktikan mulai diminta meriset dan mencari sebuah foto atau *visual* gambar dari *kompetitor* maupun *vendor* untuk dijadikan konten yang kemudian membuat tulisan untuk *caption*.

Tabel 1.2 Waktu Pelaksanaan Kerja Profesi

No.	Hari	Waktu
1.	Senin	09.00 WIB– 17.00 WIB
2.	Selasa	09.00 WIB– 17.00 WIB
3.	Rabu	09.00 WIB– 17.00 WIB
4.	Kamis	09.00 WIB– 17.00 WIB
5.	Jum'at	09.00 WIB– 17.00 WIB
6.	Sabtu	09.00 WIB– 15.00 WIB

Terhitung 8 jam kerja dengan 1 jam waktu Istirahat, Maka Praktikan melaksanakan Kerja Profesi selama 68 hari dengan total jam kerja sebanyak 440 jam kerja. Yang di mana praktikan telah memenuhi persyaratan dalam pelaksanaan Kerja Profesi dengan minimal 400 jam kerja. Dalam melaksanakan mata kuliah Kerja Profesi ini, Praktikan diwajibkan untuk menyusun serta membuat proposal atau laporan kerja yang juga menjadi persyaratan dalam menjalankan Kerja Profesi yang telah dilaksanakan mulai tanggal 14 Juni 2021 sampai dengan 31 Agustus 2021. Tidak hanya itu, Praktikan juga wajib melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing kerja yang dilaksanakan sebanyak 4 (empat) kali baik melalui chat *whatsapp* maupun *zoom*. Praktikan juga perlu membuat laporan kerja harian guna memenuhi persyaratan administrasi pada sidang Kerja Profesi.

Praktikan diminta membuat susunan laporan Kerja Profesi pada tanggal 14 Juli 2021 dan diberikan *deadline* waktu satu minggu pada tanggal 28 Juli 2021 pukul 23.59 yang dimana 2 (dua) minggu setelah bimbingan pertama dilakukan, setelah itu Praktikan akan melanjutkan laporan Kerja Profesi sampai selesai.