

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Dunia kerja saat ini, terus mengalami perubahan apalagi dampak dari pandemi Covid-19, dimana tidak semua pekerjaan mampu bertahan dalam keadaan tersebut. Pengangguran merupakan masalah yang sangat kompleks karena sangat mempengaruhi roda perekonomian negara serta beberapa faktor lain yang mengganggu stabilitas negara dan pengangguran juga menjadi masalah umum di Indonesia. Menurut statistik yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) selama jangka waktu 2020, ada 2,67 juta orang menganggur. Dengan demikian, jumlah pengangguran di Indonesia menjadi 9,77 juta orang.

Wabah Covid-19 berdampak pada kenaikan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang sebelumnya berhasil diredam di 5,23 persen, menjadi 7,07 persen (Mutia, 2021). Penduduk usia produktif, yakni remaja dan dewasa muda, mengalami peningkatan pengangguran terbesar akibat wabah virus Covid-19, menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Kepala BPS Margo Yuwono mengatakan bahwa kenaikan angka pengangguran terbuka (TPT) terjadi pada penduduk antara usia 20-24 dan 25-29 (Fika, 2021). Menurut statistik BPS, tingkat pengangguran kaum muda 20-24 tahun meningkat sebesar 3,36 persen antara Februari 2020 sampai Februari 2021, dari 17,66 persen pada Februari 2020 menjadi 14,3 persen pada Februari 2021.

Selain itu, tingkat pengangguran untuk usia 25-29 tahun meningkat sebesar 2,26 persen. dari 7,01 persen pada Februari 2020 menjadi 9,27 persen pada Februari 2021, yang sesuai dengan peningkatan 2,26 poin *persentase*. Hal ini dapat diamati dengan melihat tingkat pendidikan mereka yang menganggur, termasuk mereka yang berpendidikan SLTA dan lulusan perguruan tinggi (Fika, 2021). Salah satu masalah yang saat ini dihadapi pendidikan tinggi adalah ketidaksejajaran antara daya saing lulusan dengan tuntutan bisnis dan kebutuhan dunia kerja. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya keterampilan yang dibutuhkan oleh dunia kerja. Dilihat dari angka pengangguran terdidik di Indonesia

yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, semakin sulit bagi lulusan perguruan tinggi untuk mendapatkan pekerjaan. Terbukti dari data Badan Pusat Statistik (BPS), angka pengangguran lulusan perguruan tinggi terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir.

Tingkat pengangguran juga berpotensi mempengaruhi tingkat kemiskinan. Penduduk miskin mengalami peningkatan dari 9,78 persen menjadi 10,14 persen, atau meningkat 1,4 persen. Akibatnya, jika pengangguran tidak dapat ditanggulangi, maka akan mengakibatkan kerawanan sosial, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kemiskinan di suatu negara. Indonesia adalah negara ketiga dengan pertumbuhan tercepat di dunia dalam hal lulusan universitas, dengan tingkat pertumbuhan lebih dari 4% dan tingkat pertumbuhan rata-rata 1,5 persen setiap tahun. Pengangguran di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya lapangan kerja yang tersedia.

Bakat, keterampilan dan keinginan belajar pencari kerja. Di sisi lain, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pengangguran di Indonesia. Hal ini penting untuk digarisbawahi karena penyebab pengangguran di Indonesia juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, yang mengharuskan perlunya pencari kerja yang lebih berkualitas.

Membangun berbagai inisiatif untuk mengatasi masalah pengangguran secara komprehensif. Inisiatif yang dikembangkan antara lain pendidikan gratis untuk menaikkan jenjang pendidikan, pelatihan bagi karyawan di setiap daerah, *job fair*, serta penyuluhan dan dukungan bagi mereka yang berminat untuk memulai usaha. Dunia usaha dan industri di Indonesia, di sisi lain, terus mengalami kesulitan dalam mencari tenaga kerja yang sebagian besar terdiri dari lulusan universitas berpotensi tinggi. Menurut temuan survei yang dilakukan Willis Towers Watson (2014), delapan dari 10 perusahaan di Indonesia kesulitan menemukan lulusan perguruan tinggi yang berkualitas dan siap bekerja.

Perusahaan seharusnya tidak kesulitan mencari karyawan karena jumlah lulusan universitas di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Untuk mengidentifikasi kemungkinan karir yang sesuai dengan kemampuan, minat, dan aspirasi mereka, lulusan perguruan tinggi harus melengkapi kekuatan mereka dengan kompetensi kerja yang diperoleh melalui pengalaman di tempat kerja.

Ketika mahasiswa masih kuliah, mereka harus mempersiapkan diri membekali diri dengan berbagai keterampilan teknis, termasuk *hard* dan *soft skill* serta

informasi dan bakat yang akan membantu mereka mempertahankan karir mereka di masa depan. Diharapkan para sarjana juga dapat menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai konsep utama daya saing dan tentunya dalam menyikapi perkembangan Revolusi Industri 4.0 saat ini (Adi, 2018). Salah satu faktor masalah yang sedang dihadapi perguruan tinggi saat ini adalah mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional dengan berbagai keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan di dunia kerja. Sebagai akibat dari globalisasi dan revolusi teknologi, tempat kerja sedang mengalami transformasi yang signifikan saat ini.

Ketika datang ke Sumber Daya Manusia (SDM), bisnis harus mengevaluasi kembali kualitas orang-orang yang bekerja untuk mereka. Akibatnya, perusahaan sangat membutuhkan tenaga kerja yang kompeten dan berpendidikan untuk berhasil. Ini adalah tren bisnis untuk merekrut Sumber Daya Manusia (SDM) yang mau berusaha (Handayani, 2019). Kesiapan kerja baik fisik maupun mental di masa normal ataupun saat pandemi saat ini sudah menjadi tuntutan bagi calon kerja baru, salah satunya adalah penguasaan media digital.

Dengan kata lain, yang dibutuhkan di era dunia digital ini yaitu lulusan perguruan tinggi harus dibekali dengan *skill*. Harus mengetahui serta menguasai dunia digital, mampu berpikir banyak skenario, dan ahli dalam berkomunikasi. Oleh sebab itu, mengembangkan kemampuan atau *skill* yang kita punya adalah salah satu faktor utama agar individu memiliki potensi untuk dirinya sendiri sehingga dapat bersaing dan dapat terserap dalam dunia industri kerja sesuai dengan kebutuhan industri itu sendiri. Dengan maksud lain agar seseorang dapat lebih berkompeten pada bidangnya masing-masing.

Dilansir dari IDN Times, untuk mengembangkan kemampuan dan juga potensi diri agar dapat masuk kedalam kualifikasi yang dibutuhkan oleh industri dan dunia kerja itu ada 5 kriteria yang dibutuhkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan pekerjaan dan memenuhi persyaratan kerja di era digital 4.0 ini yaitu Pengoperasian komputer, Manajemen waktu, *problem Solving*, Bekerja secara mandiri dan Kemampuan bermedia sosial. Oleh sebab itu mahasiswa atau calon pekerja yang ingin mendapatkan pekerjaan harus memiliki 5 *skill* diatas untuk dapat bekerja dan juga dipekerjakan oleh perusahaan di era digital 4.0 ini.

Maka untuk menjawab pertanyaan dan menjelaskan pernyataan diatas salah satu upaya yang dilakukan perguruan tinggi dalam mempersiapkan

mahasiswanya untuk menghadapi dunia kerja adalah menyelenggarakan program magang atau Kerja Profesi. Program magang atau Kerja Profesi merupakan suatu program pendidikan yang bertujuan untuk mengarahkan mahasiswa agar dapat bekerja secara nyata dan terstruktur dengan ilmu atau keterampilan yang didapat saat perkuliahan untuk menghasilkan lulusan yang siap pakai dan berkualitas. Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki program magang atau Kerja Profesi untuk menjawab masalah tersebut.

Dan dalam proses Kerja Profesi tersebut mahasiswa juga diharapkan dapat memberikan gambaran dunia kerja bagi mahasiswa. Selain itu untuk menambah pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam dunia kerja sesuai kompetensi prodi. Bagi Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) sendiri program magang atau Kerja Profesi diharapkan dapat memberikan umpan balik untuk prodi dalam penyempurnaan kurikulum berkelanjutan agar selaras dengan tuntutan industri dan masyarakat serta menjalin kerja sama antar prodi maupun UPJ dengan instansi/perusahaan (Universitas Pembangunan Jaya, 2020).

Kegiatan belajar mengajar di kampus saja tidak cukup jika dimanfaatkan sebagai persiapan memasuki dunia kerja; Oleh karena itu, diperlukan program kegiatan yang menempatkan siswa dalam skenario pekerjaan dunia nyata. Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) memiliki program studi ilmu komunikasi dan salah satu minornya yaitu *Public Relations*. *Public Relations* merupakan jenis komunikasi yang dapat digunakan oleh semua jenis organisasi baik di sektor publik maupun swasta, termasuk perusahaan komersial dan non-komersial. Fungsi setiap kehumasan dalam perusahaan harus memiliki ruang pemberitaan untuk membahas konten apa yang harus disampaikan ke publik.

Akibatnya, untuk menggunakan media secara efektif, seorang petugas humas harus inovatif dan terlibat dengan masyarakat umum. Humas dibagi menjadi dua kategori: hubungan masyarakat internal dan hubungan masyarakat eksternal. Publik internal mengacu pada anggota publik dalam suatu organisasi atau perusahaan, seperti manajer, pekerja, dan direktur perusahaan. Publik eksternal mengacu pada anggota publik di luar organisasi atau perusahaan. Publik eksternal, di sisi lain, memiliki hubungan langsung dengan perusahaan. Hubungan masyarakat eksternal adalah yang dilakukan oleh organisasi dengan anggota

masyarakat yang tidak berafiliasi dengan organisasi, seperti klien. Kegiatan ini juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang sangat baik, baik persuasif dan instruktif, diarahkan pada khalayak publik di luar organisasi, dengan pertukaran informasi yang saling menguntungkan. Meningkatkan kesadaran seseorang, produk, atau layanan sedemikian rupa sehingga diamati oleh sejumlah besar orang adalah salah satu tanggung jawab dan peran profesional *public relations*.

Platform digital menjadi semakin populer di zaman modern saat ini, mendorong perusahaan untuk menggunakannya sebagai sarana untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih besar. Lebih mudah bagi perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih besar ketika mereka memiliki jangkauan yang tidak terbatas di media sosial. Agen periklanan menggunakan istilah ini untuk menggambarkan kemampuan mereka dalam memberikan layanan untuk mempromosikan dan mengiklankan item dari merek tertentu melalui media digital. Media sosial, sebagai titik kontak awal untuk menghadirkan merek produk kepada audiens digital yang lebih besar dan lebih bervariasi, harus dikembangkan sedemikian rupa sehingga mencerminkan citra merek secara akurat. Akibatnya, perusahaan periklanan memainkan peran penting dalam mengubah konsep menjadi konten yang layak untuk dibagikan di media sosial. Materi tersebut dapat digunakan sebagai teknik untuk menarik pelanggan agar ingin tahu lebih banyak dengan menghadirkan mereka dengan rantai pemikiran yang sangat maju.

Adconomic *Digital Advertising Agency* adalah salah satu perusahaan periklanan yang menghidupkan ide-ide untuk media sosial karena Adconomic adalah mitra *Digital Advertising* yang terlibat dalam Pemasaran Digital, menawarkan layanan digital terbaik dan paling profesional untuk bersaing di dunia bisnis konseptual. Hal ini juga menjadi daya tarik Praktikan untuk melakukan Kerja Profesi (KP) di Adconomic Digital Advertising Agency sebagai divisi *Social Media Officer* dengan jobdesk membuat dan mengunggah konten Instagram serta menghandle akun Instagram dari Impero Promosi. Impero Promosi merupakan perusahaan *merchandise* dan promosi yang berdiri sejak tahun 2003 dan telah berpengalaman dalam industri percetakan dan konveksi. Dengan harapan Praktikan dapat mempelajari dan menerapkan teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya saat perkuliahan ke dalam dunia pekerjaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud kerja Profesi pada Divisi *Social Media Officer* di Adconomic Agency

- a. Melakukan pekerjaan secara langsung yang sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi.
- b. Mempelajari pekerjaan terkait tugas, fungsi, dan peran *Social Media Officer* di Adconomic Agency.
- c. Mempelajari bagaimana membuat sebuah konten untuk promosi di media sosial.
- d. Mempelajari bagaimana mengelola informasi untuk dipublikasikan di media sosial.
- e. Mempelajari bagaimana melakukan hubungan yang baik dengan pihak eksternal perusahaan.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi pada Divisi *Social Media Officer* di Adconomic Agency

- a. Dapat melakukan pekerjaan sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi.
- b. Memperoleh pengalaman kerja terkait tugas, fungsi, dan peran *Social Media Officer* di Adconomic Agency.
- c. Memperoleh pengetahuan bagaimana membuat sebuah konten untuk promosi di media sosial.
- d. Memperoleh pengetahuan bagaimana mengelola informasi untuk dipublikasikan di media sosial.
- e. Memperoleh pengetahuan bagaimana melakukan hubungan yang baik dengan pihak eksternal perusahaan.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : Adconomic Digital Advertising Agency
Lokasi : Jl. Kemanggisan Ilir IV No.8, RT.7/RW.7
Kemanggisan, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11480
Divisi : *Social Media Officer*

Alasan Praktikan memilih bidang profesi pada divisi *Social Media Officer* di Adconomic *Digital Advertising Agency* yaitu karena Praktikan tertarik dengan yang berhubungan tentang marketing dan interaksi yang ada pada media sosial.

Adconomic *Digital Advertising Agency* adalah perusahaan yang bergerak di bidang partner agensi pemasaran yang bergerak pada bidang pemasaran digital, yang meliputi *Search Engine Marketing*, *Social Media Optimization* dan *Digital Ads*. Praktikan juga tertarik dan ingin tahu untuk membuat rencana konten untuk terlibat dengan pelanggan dan prospek dengan menyampaikan, menganalisis, menguji, mengoptimalkan konten interaktif, dan strategi tindak lanjut untuk membangun kesadaran merek. Sehingga Praktikan juga perlu belajar, melatih skill dan mengaplikasikan teori yang sudah diajarkan di perkuliahan untuk dipraktikan. Selain itu, Adconomic *Digital Advertising Agency* memiliki reputasi serta citra yang baik dan memiliki beberapa klien yang menggunakan jasanya.

1.4 Jadwal Waktu Kerja Profesi

Tabel 1.1 Tabel Timeplan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
1.	Membuat CV dan Cover Letter							
2.	Mengirimkan CV dan Cover Letter ke berbagai Perusahaan							
3.	Mengajukan formulir kerja profesi							
4.	Melakukan proses interview di Adconomic Agency							
5.	Melengkapi dokumen untuk serah terima kontrak kerja							
6.	Melaksanakan Kerja Profesi							

7.	Menyusun Laporan Kerja Profesi							
----	--------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Pada tahap selama Kerja Profesi ini Praktikan melewati waktu selama kurang lebih 7 bulan (Maret – September), mulai dari proses persiapan CV, *interview*, pelaksanaan KP, hingga menyusun laporan KP. Tahap pertama, Praktikan mempersiapkan perlengkapan berkas yang dibutuhkan untuk melakukan kerja profesi, seperti *Curriculum Vitae* (CV) dan *Cover Letter*. Selanjutnya Praktikan mencari tempat kerja profesi dengan mengirimkan berkas CV ke perusahaan-perusahaan. Praktikan mengirimkan ke perusahaan Amanah Surga Production sebagai divisi *Social Media Officer*, Adconomic sebagai divisi *Social Media Officer*, Bekasi Keren sebagai divisi *Social Media Specialist*, Kinaja sebagai *Social Media Officer*, Trans TV sebagai divisi *Marketing Communication*, PT Link Tbk sebagai divisi *Marketing Communication*, Jenius Cloud sebagai divisi *Social Media Marketing*, dan PT Mattel Indonesia sebagai divisi *Marketing Communication*. Setelah beberapa kali melakukan pencarian tempat kerja profesi di tengah pandemi saat ini, perusahaan-perusahaan banyak yang tidak menerima mahasiswa kerja profesi. Praktikan kemudian diterima di Adconomic Digital Advertising Agency sebagai divisi *Social Media Officer*.

Praktikan memulai kegiatan kerja profesi pada tanggal 21 Juni – 21 September 2021. Pelaksanaan kerja profesi pada pandemi Covid-19 ini dilakukan secara *Work from Home*, Praktikan melakukan kerja profesi dan meeting secara digital dengan menggunakan *Google Meets* dan Telegram sebagai media komunikasi. Setiap hari Senin-Jumat Praktikan aktif bekerja secara digital mulai dari 09.00 pagi sampai 17.00 sore, lalu pada hari Sabtu dan Minggu tetap bekerja untuk *upload* konten di Instagram. Dalam proses Kerja Profesi ini Praktikan juga memiliki kewajiban untuk melakukan bimbingan serta mulai menyusun laporan Kerja Profesi (KP), dimana targetnya laporan KP tersebut akan selesai sesuai dengan jadwal yang sudah di tentukan.