

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Bekerja merupakan salah satu langkah besar selanjutnya yang akan dihadapi oleh seorang setelah lulus. Masuk ke dunia pekerjaan tentu menjadi sebuah tantangan terbaru yang harus dihadapi oleh seorang *Fresh Graduate*, maka dari itu mahasiswa harus mempersiapkan kiat-kiat atau pengalaman serta skill yang nantinya akan dibutuhkan dalam dunia kerja. Hal ini dilakukan guna memperkuat kualitas diri dalam persaingan yang ada dalam dunia kerja nanti (Pink, 2021).

Mahasiswa yang baru lulus dari bangku kuliah dan akan masuk ke dunia kerja disebut *Fresh Graduate*. Saat ini terdapat beberapa perusahaan yang tidak menyediakan lowongan pekerjaan untuk *Fresh Graduate* karena kemampuan dan pengalaman seorang *Fresh Graduate* dianggap belum banyak. Sehingga banyak orang yang melihat *Fresh Graduate* dengan sebelah mata. Sehingga mahasiswa harus aktif dalam berpartisipasi atau ikut turut serta dalam berbagai kegiatan di kampus, mulai dari hal kecil seperti turut serta mengikuti organisasi (Pink, 2021).

Persaingan dalam dunia kerja selalu terjadi, semua orang dari berbagai kalangan berlomba- lomba untuk memperoleh pekerjaan. Badan Pusat Statistik (BPS) telah mencatat bahwa pada bulan Februari 2021 terdapat 8,75 juta orang yang tidak memiliki pekerjaan. Jumlah ini meningkat sebanyak 1,82 juta orang di mana pada Februari 2020 jumlah orang yang tidak memiliki pekerjaan sebanyak 6,93 juta orang (Pink, 2021).

Pada bulan Februari 2021 tercatat sebanyak 6,26% tingkat pengangguran terbuka (TPT), jumlah ini tentu meningkat setelah pada Februari 2020 mencapai angka 4,94% kemudian turun sebanyak 7,07% pada bulan Agustus 2020. Sedangkan tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) pada bulan Februari 2021 menurun menjadi 68,08% dari 69,21% pada bulan Februari 2020. Data ini tentu saja diperoleh sebelum adanya wabah virus Covid-19 (Zamani, 2021).

Setelah wabah virus Covid-19 meningkat di Indonesia, jumlah pengangguran pun ikut meningkat sebanyak 7% dari 4,9%. Menurut Ida Fauziyah selaku Menteri Ketenagakerjaan Jawa Tengah menjadi salah satu penyumbang pengangguran yang cukup banyak di Indonesia. Ida juga mengungkapkan sebanyak 57% profile

tenaga kerja di Indonesia didominasi oleh lulusan SMP dan bawahnya (Zamani, 2021).

Minimnya lapangan pekerjaan pada saat pandemi dan banyaknya karyawan yang di PHK menjadi salah satu alasan mengapa jumlah pengangguran di Indonesia meningkat cukup banyak. BPS pun mencatat hanya sebanyak 500 perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan pada platform pencatatan kerja setiap bulannya hingga Maret 2020. Namun, pada mulai April 2020 turun menjadi 268 perusahaan dan mengalami penurunan lagi pada Mei 2020 menjadi 207 perusahaan (Thomas, 2020).

Hal ini tentu membuat persaingan dalam dunia pekerjaan semakin kuat, Kemnaker mencatat setiap tahunnya terdapat 2 juta tenaga kerja yang telah diakomodir. Bob Azam selaku Wakil Ketua Umum bidang Keternagakerjaan Asosiasi Pengusaha Indonesia menyatakan bahwa terdapat sekitar 80% pelaku usaha yang terkena dampak Covid-19 dan mengalami gangguan sebanyak 40%-50% pada bisnisnya. Hal ini yang menjadi salah satu alasan para pebisnis melakukan pembatasan untuk perekrutan tenaga. Karena tingginya persaingan dalam dunia kerja, maka perlu adanya pelatihan soft skill oleh para mahasiswa agar dapat dengan mudah bersaing ketika terjun ke dunia kerja. Selain melakukan pembelajaran guna memperoleh ilmu, mahasiswa juga harus mengikuti kegiatan magang atau kerja profesi yang diadakan oleh semua perguruan tinggi kerja. (Thomas, 2020).

Universitas Pembangunan Jaya memberikan mata kuliah wajib untuk para mahasiswa nya pada semester 7, yaitu untuk mengikuti mata kuliah Kerja Profesi (KP). Hal ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan, pengalaman, serta membantu melatih mahasiswa agar memiliki bekal yang lebih matang untuk masuk ke dunia kerja nantinya. Dengan adanya mata kuliah KP, mahasiswa juga diharapkan dapat membangun relasi atau koneksi kepada perusahaan-perusahaan yang sesuai dengan bidangnya. KP juga dapat melatih skill mahasiswa agar lebih baik dan lebih siap untuk masuk ke dunia pekerjaan (Tantra, 2020).

Mata kuliah Kerja Profesi merupakan salah satu mata kuliah yang menjadi salah satu syarat kelulusan di Universitas Pembangunan Jaya. Mata kuliah Kerja Profesi memiliki bobot 3 (tiga) SKS dan waktu mahasiswa untuk melakukan Kerja Profesi adalah 400 jam atau 3 bulan. Durasi Kerja Profesi untuk satu hari adalah

maksimal 8 (delapan) jam per-hari dan tidak termasuk waktu untuk jam istirahat pada perusahaan atau instansi yang menjadi tempat mahasiswa melakukan Kerja Profesi nya. Harapannya mahasiswa akan mendapatkan pengalaman yang luas mengenai dunia kerja, membantu suatu perusahaan atau instansi dengan melakukan beberapa tugas yang diberikan, melatih softskill dan hardskill, beradaptasi dengan lingkungan atau iklim dalam suatu perusahaan, dan menyusun Skripsi atau Tugas Akhir (Tantra, 2020).

Sebagai mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi dengan minor Hubungan Masyarakat (Public Relations), melakukan Kerja Profesi merupakan salah satu hal yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan guna mengetahui gambaran seperti apa pekerjaan pada bidang Public Relations dan guna melihat bagaimana perkembangan pada bidang Public Relations pada suatu perusahaan atau instansi.

Dikutip dari kelas komunikasi, menurut Coulsin dan Thomas Public Relations sendiri merupakan sebuah proses atau aktivitas yang sifatnya terencana dengan tujuan untuk menjalin kegiatan komunikasi antara organisasi dan pihak eksternal. Public Relations memiliki definisi lain yaitu, sebuah usaha yang direncanakan secara terus-menerus secara sengaja, dilakukan untuk membangun dan mempertahankan pengertian yang timbal balik antara organisasi dan masyarakat. Menurut Rosady Ruslan, Public Relations memiliki tujuan untuk menciptakan adanya citra positif dari suatu organisasi atau perusahaan. Citra adalah salah satu hal penting yang harus dijaga oleh suatu perusahaan atau instansi, citra yang diciptakan harus mengandung nilai yang positif agar perusahaan atau instansi terkait mendapatkan kepercayaan dan perhatian dari publik (Mbakjhe, 2019).

Hal ini menjadi alasan bahwa setiap perusahaan atau instansi membutuhkan seorang PR guna membangun dan mempertahankan citra perusahaan, serta membantu menangani krisis serta citra yang turun dari suatu perusahaan atau instansi terkait. Sebagai seorang PR seseorang harus dapat melakukan berbagai fungsi PR seperti memiliki kemampuan berkomunikasi dalam bentuk lisan dan tulisan, berbicara di depan umum seperti melakukan presentasi, dapat melakukan kegiatan wawancara sebagai salah satu upaya untuk mengumpulkan data, membuat Press Release, membuat laporan, dan membuat sebuah konsep untuk konten yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau instansi (Setiawan, 2021).

Kemudian fungsi lainnya seorang PR harus memiliki kemampuan manajerial atau kepemimpinan untuk mengantisipasi masalah atau isu yang berada di dalam dan di luar perusahaan dengan menyusun rencana kegiatan dan pelaksanaan. Lalu seorang PR harus memiliki kemampuan untuk mudah bergaul dan membina relasi dengan banyak orang, hal ini dikarenakan seorang PR akan melakukan kerjasama dengan semua kalangan dan menjaga komunikasi agar dapat terjalin dengan baik. Selanjutnya adalah memiliki kepribadian yang jujur, sebagai seorang PR kredibilitas merupakan nilai yang tinggi dan penting dimiliki oleh seorang PR. Karena dengan kredibilitas yang tinggi, seorang PR dapat dipercaya oleh orang lain dengan kepribadian jujur yang dimilikinya. Lalu fungsi terakhir adalah seorang PR harus memiliki ide yang kreatif serta luas, hal ini membuat seorang PR harus aktif mengetahui segala hal yang sedang trend atau menjadi perhatian banyak orang (Perhumas, 2018).

Seorang PR membutuhkan intuisi, nalar, empati, emosi, dan kreativitas yang tidak ada batasannya. Kemudian seorang PR harus bisa berkompentisi karena pada dunia digital yang saat ini sedang berkembang, seorang PR harus memiliki skill sets yang mutlak untuk dimiliki. Sebagai seorang PR harus dapat melakukan seleksi guna mengetahui siapa audiens yang tepat untuk dijadikan target, media yang akan digunakan nantinya untuk menyampaikan suatu informasi, serta menciptakan konten yang sesuai dengan target audiens. Kemudian melihat trend serta perkembangan teknologi untuk mengkombinasikannya dengan teknologi digital di era 4.0. Seorang PR juga membutuhkan Digital Content Creator, Videographer, Infografik, Ads People, hingga marketing untuk membantunya seperti menciptakan sebuah konten (Perhumas, 2018).

Seseorang yang membuat konten biasa disebut Content Creator, menurut HubSpot Content Creator merupakan orang-orang yang menciptakan sebuah konten dengan nilai edukasi hingga untuk hiburan, konten yang dibuat akan disesuaikan dengan karakteristik audiens yang akan dituju. Dalam era digital marketing saat ini, Content Creator merupakan salah satu hal yang penting dimiliki oleh suatu perusahaan atau instansi. Hal ini dikarenakan konten merupakan salah satu kunci penting untuk mendukung kegiatan marketing atau menarik perhatian audiensnya yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan atau instansi. Menurut State of Digital Publishing Content Creator merupakan seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk semua informasi yang ada di berbagai media terutama

media digital (Firdiansyah, 2021). Media digital sendiri terdiri atas industri media besar dan media kecil seperti media digital pada insitut pendidikan seperti pada perguruan tinggi. Universitas Pembangunan Jaya menjadi salah satu perguruan tinggi yang memiliki media digital, media ini dikelola oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.

KOMPRESS merupakan sebuah media massa digital yang dikelola oleh dosen Ilmu Komunikasi dan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2016, 2017, dan 2018 juga turut membantu mendirikan media digital ini. Hal ini membuat pratikan merasa ingin lebih mengetahui mengenai hal-hal yang berkaitan dengan membuat atau menulis suatu konten melalui media digital KOMPRESS. Dengan ini juga pratikan ini melatih cara berpikir agar dapat berpikir lebih kreatif ketika akan menciptakan atau menyajikan sebuah konten. Praktikan melakukan kerja profesi pada media digital KOMPRESS sebagai content creator yang memproduksi berbagai konten media sosial, seperti konten visualisasi untuk Instagram, YouTube, dan Website.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mengetahui lebih dalam mengenai dunia *Content Creator* dalam pada media digital salah satunya seperti KOMPRESS.
2. Mempelajari bagaimana cara menulis sebuah artikel *online* dan konten untuk media sosial Instagram serta YouTube.
3. Mengetahui bagaimana kinerja dari media digital yang dikelola oleh perguruan tinggi.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh keterampilan dalam membuat sebuah konten dalam media digital.
2. Memperoleh pengetahuan lebih mendalam mengenai dunia *content creator* pada media digital kampus seperti KOMPRESS.
3. Mengetahui bagaimana membuat sebuah konten dengan format penulisan yang baik dan benar.
4. Memperoleh cara berpikir yang lebih kreatif dalam menyajikan suatu konten yang dapat menarik perhatian.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya.

Alamat : Jalan Cendrawasih Raya Blok B7/P, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15413.

Website : <https://www.Kompres.upi.ac.id/>

Divisi : *Content Creator*

KOMPRESS merupakan media digital yang dikelola atau dibentuk oleh Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Terdapat beberapa jobdesk yang dilakukan pada media digital ini seperti membuat berita, artikel, konten untuk Instagram dan YouTube dengan topik lingkungan sekitar kampus sampai peristiwa yang sedang hangat untuk diperbincangkan. KOMPRESS memiliki *platform* website dan YouTube yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pengetahuan kepada khalayak luas.

Alasan praktikan memilih KOMPRESS karena praktikan merasa ingin coba terjun ke dunia digital yang ada disekitar. Karena praktikan belum dapat mencapai media digital yang besar, maka praktikan ingin mencoba memasuki media digital yang dibentuk oleh Program Studi Ilmu Komunikasi. Hal ini juga nantinya akan menambah pengetahuan serta pengalaman praktikan ketika ingin terjun kembali pada media digital lainnya.

Lalu, alasan lain adalah praktikan tertarik ketika melihat produksi konten-konten yang dihasilkan oleh media KOMPRESS, seperti konten Instagram, Website, dan YouTube. Praktikan juga tertarik dengan beragam rubrik YouTube yang diproduksi pada media ini. Melalui KOMPRESS praktikan juga belajar mengenai cara menciptakan sebuah konten untuk *platform* seperti Instagram dan YouTube dan menulis artikel.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi
Tabel 1.1 Timeline pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1.	Mencari dan mengirim lowongan pekerjaan pada perusahaan lain						
2.	Mendapatkan informasi mengenai lowongan pada media KOMPRESS						
3.	Mengirimkan CV serta Portofolio kepada Ka Naurissa Biasini						
4.	Melakukan <i>brief</i> untuk melakukan magang di KOMPRESS						
5.	Melaksanakan Kerja Profesi di KOMPRESS						
6.	Menyusun laporan Kerja Profesi						

Sebelum akhirnya memutuskan magang pada media digital KOMPRESS, praktikan telah mengirimkan CV dan Portofolio kepada beberapa perusahaan dalam bidang Komunikasi. Hal ini dilakukan sejak bulan April 2021 sampai bulan Mei 2021, komunikasi juga masih mencari informasi mengenai lowongan untuk Kerja Profesi melalui *platform* pencari kerja seperti LinkedIn dan menggali informasi melalui kerabat sekitar.

Hingga bulan Mei 2021 akhir praktikan tidak kunjung mendapatkan *feedback* dari perusahaan-perusahaan yang telah praktikan hubungi. Hingga praktikan memperoleh informasi melalui kerabat dekat bahwa KOMPRESS membuka lowongan untuk magang Kerja Profesi selama 3 (tiga) bulan. Hingga pada 4 Juni 2021 praktikan segera mengirimkan CV serta Portofolio sebagai pendukung untuk melamar ke media digital KOMPRESS.

Setelah mengirimkan beberapa persyaratan melalui email, praktikan langsung mendapatkan *feedback* dan diberikan jadwal untuk *briefing* pada 7 Juni 2021. Setelah *briefing* dilakukan, praktikan harus membuat surat pernyataan untuk memastikan bahwa praktikan benar akan melakukan kegiatan Kerja Profesi pada media digital KOMPRESS.

Setelah itu praktikan menunggu hingga tanggal 22 Juni 2021 di mana kembali diberikan arahan untuk melakukan Kerja Profesi. Praktikan juga mendapatkan pelatihan bersama kak Khansa Nur Aini mengenai cara membuat sebuah konten yang nantinya akan diposting di media sosial @Ilkom_UPJ.

Praktikan mulai mencoba membuat konten pada 22 Juni 2021 sesuai dengan apa yang telah diajarkan ketika sedang *briefing* pada saat itu. Praktikan membuat konten untuk Instagram dan menulis artikel yang dimulai dari jam 08.00 - 16.00 WIB. Pekerjaan yang telah dilakukan akan di *capture* guna sebagai bukti yang akan di *upload* pada folder One Drive yang telah disediakan. Praktikan juga mengisi *Activity Report* (AR) setiap harinya agar segala pekerjaan yang dilakukan dapat terlihat dan dapat dikontrol dengan baik oleh pembimbing kerja.

Ketika menjalankan Kerja Profesi praktikan juga melakukan komunikasi dengan pembimbing kerja seperti melakukan asistensi mengenai konten yang akan dibuat dan diajarkan mengenai bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan audiens. Dengan dilakukannya pelatihan-pelatihan tersebut membuat

pengetahuan praktikan menjadi bertambah dan skill praktikan menjadi lebih baik. Selain melakukan komunikasi dengan pembimbing kerja, praktikan juga melakukan komunikasi dengan pembimbing kerja yaitu mba Maya Rachmawaty untuk berkonsultasi

