

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Globalisasi memiliki banyak tantangan dan masalah yang harus dihadapi siswa saat memasuki dunia kerja: masalah komunikasi, pemahaman budaya dan masyarakat, perbedaan nilai dan moral, dll. Tantangan ini secara tidak langsung menuntut siswa untuk memiliki keterampilan dan kemampuan yang akan membantu mereka dalam kehidupan mereka. karir masa depan dan usaha hidup. Pendidikan perguruan tinggi seharusnya membekali siswa dengan kemampuan untuk mempersiapkan diri mereka untuk pekerjaan masa depan mereka dan menghasilkan uang, sehingga mereka dapat meningkatkan diri (kualitas hidup mereka) dan siap ketika pendidikan mereka selesai. Mendapatkan pekerjaan yang memanfaatkan bakat dan minat Anda adalah tugas yang sulit, karena ada persaingan yang kompetitif, tidak cukup pengalaman, dan tidak cukup kesempatan kerja. Ini adalah bagian dari pengembangan terkait pekerjaan, yang diyakini banyak orang sangat sulit untuk diselesaikan. (Upadianti & Indrawati, 2020).

Dengan data pendukung dari Badan Pusat Statistik (BSN) memiliki data mengenai jumlah pengangguran yang sangat besar di tanah air. Ini adalah orang-orang yang telah lulus dari perguruan tinggi tanpa pengalaman kerja. Meskipun lulusan perguruan tinggi bukan satu-satunya yang bisa mendapatkan pekerjaan, masih ada perbedaan antara keterampilan yang dimiliki lulusan universitas dan apa yang dibutuhkan pasar kerja. Faktanya, siswa perlu memiliki keterampilan yang lebih tinggi untuk mendapatkan pekerjaan di pasar yang kompetitif. Ketika siswa harus mengerjakan proyek yang rumit, atau jika mereka berpikir bahwa mereka tidak dapat mengendalikan situasi, mereka dapat menjadi sangat cemas. (Sary, Larasati dan Wijayanti, 2017).

Pekerjaan Profesional adalah latihan yang membantu siswa mendapatkan wawasan dan pengalaman tentang pekerjaan dan karir masa depan mereka. Ini adalah proyek yang harus dilakukan oleh semua mahasiswa tahun senior di Universitas Pembangunan Jaya. Di Universitas Pembangunan Jaya, mahasiswa

harus menyelesaikan Pekerjaan Profesi (KP). Persyaratan ini dimaksudkan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa di dunia kerja, di luar lingkungan universitas.

Maka dari itu, mahasiswa tingkat akhir membutuhkan banyak bekal dan pengalaman supaya jalan karir kedepannya lancar. Kerja Profesi (KP) merupakan latihan bagi mahasiswa untuk menciptakan pengalaman dan pemahaman kepada mahasiswa tentang dunia kerja. Yang bertujuan meningkatkan wawasan, keterampilan, juga kemampuan mahasiswa dalam mempraktikkan langsung teori yang selama ini di pelajari selama masa perkuliahan di Universitas Pembangunan Jaya. Guna mempersiapkan mahasiswa ke dunia kerja, diperlukanya kegiatan dari Universitas untuk praktik langsung di lingkungan kerja yang sebenarnya. Sehingga Kerja Profesi (KP) diwajibkan oleh Universitas Pembangunan Jaya sebagai mata kuliah dan salah satu syarat kelulusan.

Mata kuliah Kerja Profesi (KP) memiliki bobot 3 (tiga) sks yang harus ditempuh mahasiswa sebelum membuat tugas akhir (TA). Kerja Profesi (KP) dilakukan pada akhir semester 6 (enam), yang dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan atau terhitung minimal 400 (empat ratus) jam kerja. dengan maksimal 8 (delapan) jam kerja per harinya tanpa memperhitungkan jam istirahat di instansi atau perusahaan tersebut. Tujuan kerja profesi adalah untuk mengetahui seberapa jauh mahasiswa mampu menerapkan ilmu yang diterima selama proses belajar mengajar berlangsung ke dalam dunia kerja.

Maka dapat diketahui melakukan magang atau kerja profesi sangat berguna untuk kita melatih diri sendiri agar terbiasa saat terjun ke dunia kerja langsung dalam persaingan ketat di era digital ini, disamping memang kerja profesi ini adalah kewajiban yang harus dijalankan mahasiswa universitas pembangunan jaya. Melihat perkembangan di era digital dari mulai perusahaan yang menggunakan media sosial untuk keuntunganya seperti di berikan kemudahan promosi untuk perusahaan dan brand dengan cara berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial yang bisa berkomunikasi dua arah. Dengan perubahan era ini, perusahaan banyak yang membutuhkan keterampilan pekerja dalam mengelola media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube dan masih banyak lagi media lainnya, tujuannya adalah untuk menarik perhatian audiens dengan informasi dan membuat citra baik suatu perusahaan melalui

media sosial, maka dengan magang praktikan dapat langsung menerapkan teori terkait penulisan yang mana sudah praktikan pelajari dalam perkuliahan dengan minor Public Relations di Universitas Pembangunan Jaya (Andrea, 2021).

Universitas Pembangunan Jaya mempunyai program studi Ilmu Komunikasi dengan salah satu minornya adalah Public Relations (PR). Menurut Grisworld, Public Relation (PR) memiliki fungsi yang sama dengan manajemen, dilihat dari kegiatan pengamatan yang dilakukan terhadap lingkungan internal dan eksternal organisasi, mengidentifikasi masalah yang timbul, serta melakukan rencana dan kegiatan untuk memperoleh dukungan publik. Seorang PR juga sangat mempengaruhi kesuksesan maupun kegagalan dalam organisasinya tersebut.

Profesi public relations (PR) yang keberadaannya sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga. Profesi public relations merupakan suatu profesi yang prospektif, baik untuk sebuah perusahaan, organisasi, ataupun pemerintahan. Keberadaan public relations sangat vital sebagai salah satu ujung tombak sektor industri untuk bersaing dalam era digital. Dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai seorang Public Relations, kompetensi merupakan hal yang sangat mendukung yang harus dimiliki agar tugas yang dilaksanakan berjalan dengan efektif. Kompetensi masing-masing profesi tentunya berbeda-beda (Sary, Larasati dan Wijayanti, 2017).

Sehingga perkembangan pesat digital saat ini tentunya mempengaruhi Public Relation (PR) dalam cara kerjanya menyampaikan pesan kepada publik, mengakibatkan peran PR atau humas dituntut adaptif terhadap perkembangan teknologi dan multitasking. Seperti dapat mengelola media sosial, dapat melakukan online writing dan membuat video sendiri agar lebih interaktif dengan publiknya, tentunya kreatifitas PR dalam membuat konten juga menjadi salah satu hal wajib. Dalam proses penyampaian pesanya, banyak perusahaan yang menggunakan berbagai platform media sosial, berdasarkan budaya konsumsi informasi di Indonesia (Susanti, 2019).

Saat ini masyarakat seperti sudah tidak dapat di pisahkan dengan media sosial. Tidak hanya salah satu media sosial tetapi media sosial dalam jenis apapun yang dapat menghubungkan koneksi antar masyarakat di internet. Oleh karena itu media sosial mendukung interaksi sosial dengan menggunakan

teknologi, mengubah komunikasi menjadi lebih interaktif. Hal ini lah yang akhirnya menjadi alat terpenting dalam menjalankan fungsi kehumasan. 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 (Andrea, 2021).

Content creator merupakan seseorang yang berprofesi penting di perusahaan, karena apa yang dihasilkan akan berpengaruh pada bisnis dalam membentuk product branding serta corporate branding. Jadi perlu memperhatikan pengelolaan media sosial dengan baik, karena selain tugas utamanya membuat konten untuk menghasilkan materi yang akan dimuat di platform seperti Instagram, Youtube, Tiktok dan lainnya. Seorang content creator juga melakukan riset terlebih dahulu untuk menghasilkan konten sesuai minat konsumen. Menurut Sayugi (dalam Putri dan Candraningrum, 2018) content creator adalah *“profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi, yang sengaja dibuat untuk berbagai media.”* (Agassy, 2021)

Content creation adalah suatu kegiatan dari karya yang dihasilkan oleh seorang content creator itu sendiri, untuk membuat suatu content creation yang baik dan dapat menarik perhatian orang banyak dibutuhkan proses yang matang. Karya yang dibuat dapat berbentuk macam – macam, seperti contohnya gambar atau visual, video, tulisan bahkan rekaman audio dan bisa juga gabungan dari salah satu yang sudah disebutkan diatas. Kegiatan ini diperuntukan untuk media yang berbasis online, salah satunya media digital bisa berupa website atau media sosial Youtube, Twitter, Instagram dll. Tren yang sedang populer belakangan ini ialah konten yang jenisnya audio visual atau Bahasa umumnya adalah video, jenis ini sering kita jumpai di platform Youtube dan TikTok, sebenarnya Instagram juga termasuk kedalam jenis ini walaupun platform juga dapat mengunggah visual saja atau foto. Alasan mengapa proses pembuatan konten atau content creation ini penting untuk dipelajari mahasiswa karena penyajian informasi di era digital yang sangat overload saat ini, sehingga pembuatan konten yang kreatif dari conten creator tidak membuat bosan dan justru akan diapresiasi lebih jika yang dihasilkan adalah sesuatu yang baru dan mengesankan. Itulah mengapa profesi content creator layak untuk dipelajari lebih lanjut (Dasilva, 2018).

Tren kegiatan content creation ini lama kelamaan benar – benar dilirik dan diperhitungkan semua orang sebagai profesi yang layak untuk ditekuni dari mulai pekerjaannya yang memang terasa bebas untuk dapat berekspresi sehingga mampu menciptakan suatu karya yang kreatif dan otentik, fenomena ini membuat semua orang berlomba-lomba untuk menciptakan konten yang terbaik agar dapat diminati banyak orang dan bermanfaat bagi banyak orang. Untuk melakukan kegiatan content creation, kita tidak harus berada dalam suatu perusahaan, kegiatan ini dapat dimulai dari diri sendiri dengan membuat akun pribadi di platform media sosial manapun, mulai dari hal – hal kecil yaitu membagikan pikiran, ide dan perasaan pada dunia yang dapat di kreasikan sesuai keinginan. Dari fenomena ini kita dituntut agar dapat menjadi seseorang yang menciptakan karya, jangan hanya menjadi penonton semata (Dasilva, 2018).

Minat yang ditunjukkan orang – orang pada kegiatan content creation dapat dikarenakan penggabungan dua hal menjadi satu yaitu hobi dan profesi, selain itu profesi ini juga memiliki penghasilan yang menjanjikan atau bahkan lebih tinggi dibandingkan kerja sebagai pegawai dikantor, tetapi digaris bawahi ini semua jika akun yang dikelola memang sudah cukup besar. Untuk dapat menjadi content creator yang profesional kita dapat mengasah ketrampilan dan kreatifitas, sendiri tanpa harus memikirkan latar belakang ekonomi atau uang, latar belakang pendidikan, keterbatasan usia, ras (Agashi, 2021).

Dalam kegiatan pembuatan content creation, perlu adanya kata kunci yang kuat agar dapat menarik perhatian dengan membuat orang merasa penasaran dengan konten tersebut. Lebih bagus lagi jika konten yang dibuat merupakan konten original supaya dapat menjadi pelopor untuk yang lainnya, bahkan jika berhasil bisa menjadi tren tersendiri. Sekali lagi dijelaskan bahwa jenis konten yang diminati pada era modern saat ini berupa video atau kata lainnya adalah audio visual, konten jenis ini bisa ditampung diseluruh media sosial manapun, salah satunya instagram. Konten unik yang di share oleh pengguna seringkali menjadi viral dan trend, sehingga pemanfaatan bisnis lebih efektif jika dibuat dengan jenis iklan video agar mudah diingat dalam benak setiap orang dengan gaya penyampaian yang menyentuh atau menghibur (Choirunissyah, 2019).

Tujuan dari content creation sendiri ada dua hal, yang pertama ialah

supaya dapat menarik audiens baru untuk mengenal produk perusahaan dan yang kedua agar mampu mengajak audiens untuk menjadi konsumen dari perusahaan atau produk yang diiklankan. Yang dapat membuat konten semakin kuat adalah jika kita merealisasikan bisnis dalam karya yang dibuat, dengan membangun kesadaran (Awareness) dari produk supaya dapat membangun hubungan dengan konsumen dengan menghasilkan konten yang bermanfaat dan menarik. Kemudian membuat product knowledge pada konten supaya mengetahui informasi dan keunggulan produk (Nur, 2021)

Pembuatan content creation akan lebih tepat jika diawali dengan memikirkan tujuan pembuatan konten terlebih dahulu sebelum membuat ide konten jika tidak memiliki tugas yang tetap dan terbagi dibanyak platform, misalnya tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi. Setelah itu jangan lupa untuk menyesuaikan konten yang akan dibuat dengan platform yang akan menjadi media penyebarannya, barulah data dan riset dapat di proses. Dalam hal ini, komunikasi merupakan suatu aspek yang perlu diperhatikan agar terbentuknya suatu ikatan. Ikatan ini dapat berkaitan dengan terbentuknya suatu bisnis ataupun dalam penyampaian pesan terhadap upaya kepada audiens dapat tercapai karena penyampaian pesan dapat dilakukan dalam bentuk konten (Ilham Arrasyi, 2022).

Maka keahlian yang harus dimiliki atau dikuasai oleh seorang content creator dalam kegiatannya membuat karya atau content creation, ialah keahlian mengasah kreatifitas dengan membuat banyak ide konten untuk topik – topik apapun, keahlian mengatur hal apaun juga mengatur tindakan, keahlian untuk mendengarkan dan memahami informasi juga ide yang di sampaikan melalui kalimat lisan, keahlian untuk mengkomunikasikan informasi dan ide ketika berbicara, sehingga orang lain dapat memahami apa yang disampaikan dan keahlian untuk mengembangkan cara - cara kreatif dalam memecahkan masalah. Guna mampu menyadari reaksi orang lain dan memahami mengapa orang lain bertindak demikian, berbicara pada orang lain dengan mengkomunikasikannya secara efektif melalui tulisan yang sesuai dengan kebutuhan audiens (Barnabi Sianipar, 2020).

Ketika hendak menelusuri internet guna melihat trend saat ini atau hal apa yang sedang ramai dibicarakan orang lain, kita harus pintar – pintar memilahnya, maka dari itu perlu diasahnya kemampuan diri mulai dari hal yang

dibutuhkan seperti modal – modal untuk mempelajari pada saat hendak mencari ide untuk memproduksi content creation di berbagai media sosial contoh platform yang digandrungi di Indonesia adalah Instagram dan YouTube. Konten terbaik di internet adalah yang meningkatkan kehidupan. Oleh karena itu, modal untuk menjelajahi web adalah mempelajari pesan-pesan yang terkandung di dalam konten tersebut. (Arifudin & Eka, 2021).

Sehingga pertimbangan yang harus dipikirkan ketika membuat content creation ialah terkait kebutuhan banyak orang dan mengandung isi yang bermanfaat atau informasi yang bersifat timeless berjangka panjang dan bisa dibaca di waktu kapan saja. Ketika hendak membuat konten, lebih baik buat konten yang tidak jauh dari diri sendiri, seperti passion yang tidak dimiliki content creator lainnya atau jika mempunyai tugas tetap seperti akun maupun channel yang dikelola perusahaan, biasanya akan lebih mudah karena sudah terarah jelas. Tantangan terbesar bagi seorang content creator adalah bisa selalu konsisten untuk berkarya. Untuk menjaga konsistensi ini, dimulai dari bagaimana kita mengatur postingan dengan lebih teratur. Skill yang dapat dipelajari dan didapatkan nantinya setelah mendalami kegiatan content creation adalah belajar menulis wording yang readable, belajar edit video yang menarik, belajar otak atik kamera, belajar dipotret, mengatur feed Instagram dan masih banyak yang lainnya (Arifudin & Eka, 2021).

Berdasarkan uraian diatas, penulis melakukan kegiatan magang di Kompress Universitas Pembangunan Jaya sebagai content creator di media sosial Instagram. Maka, dalam kerja Profesi (KP) kali ini, mahasiswa mempelajari pengelolaan konten kreatif untuk media sosial Instagram. Mengingat pentingnya menambah wawasan dalam PR digital pada era 4.0 di sektor apapun, bahwa selain digunakan untuk berinteraksi aktif dengan publik, media sosial juga digunakan untuk mempertahankan eksistensinya dengan cara terus melakukan aktivitas di media sosial yang dimiliki, agar bisa meningkatkan promosi di mata publik baru, mempertahankan ikatan dengan publik lama dan menjalin kerja sama dengan bidang lain yang terkait melalui media sosial. Dalam hal ini, mahasiswa sudah mempelajarinya pada mata kuliah produksi media hubungan masyarakat dan hubungan masyarakat online.

Kompress adalah konglomerasi media digital yang dibentuk oleh guru besar dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya pada

tahun 2020. Kompress membawahi beberapa website, YouTube, Instagram, dan podcast, mengembangkan keterampilan jurnalistik, menulis, dan membuat konten (teks, gambar, video).). Praktisi tertarik bekerja di Kompress sebagai content creator Instagram. Mereka ingin belajar bagaimana menjadi pembuat konten yang kreatif dan inovatif.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

- 1) Mahasiswa dapat mengetahui pelaksanaan dan proses pengelolaan media sosial yang sebenarnya di perusahaan.
- 2) Mahasiswa dapat melatih keterampilan dengan menerapkan teori ke dalam praktik kerja di perusahaan.
- 3) Mahasiswa dapat memperluas wawasan dalam bidang pengelolaan media sosial Instagram Kompress Upj.
- 4) Mahasiswa dapat mempelajari pembuatan konten yang kreatif.
- 5) Mahasiswa dapat mempelajari aktivitas pengelolaan media sosial instagram Kompress Upj.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- 1) Mahasiswa memperoleh gambaran dunia kerja yang sebenarnya terkait pelaksanaan dan proses pengelolaan media sosial di perusahaan.
- 2) Mahasiswa memperoleh keterampilan dengan menerepakan langsung teori ke praktik dan mendapatkan pemahaman yang tidak didapatkan langsung dari perkuliahan .
- 3) Mahasiswa memperoleh pengalaman lebih dan wawasan luas dalam pengelola media sosial instagram Kompress Upj.
- 4) Mahasiswa memperoleh pembelajaran dari proses pembuatan konten yang kreatif.
- 5) Mahasiswa memperoleh pembelajaran atau pengetahuan terkait aktivitas pengelolaan media sosial instagram Kompress Upj.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Kompress merupakan sebuah media digital yang dibentuk oleh para dosen Ilmu Komunikasi, Kompress 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, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, 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

Sesuai dengan persyaratan Kuliah Kerja Profesi yang diberikan yaitu :

- 1) **Lama Pelaksanaan** : 3 Bulan
- 2) **Periode** : 15 Februari 2022 – 19 April 2022
- 3) **Total Jam Kerja** : 440 Jam
- 4) **Hari Kerja** : Senin s.d Sabtu
- 5) **Jam Kerja** : 08:00 AM – 16:00 PM

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1	Mencari informasi terkait lowongan magang melalui online.					
2	Mencari alternatif tempat untuk pelaksanaan kerja profesi.					
3	Mengirimkan kepada Kompres					
4	Melakukan pertemuan Kompres pertama melalui zoom meeting					
5	Melaksanakan kerja profesi					
6	Menyusun Laporan Kerja Profesi					

Pada bulan Januari, praktikan mempersiapkan dokumen seperti CV dan surat pengantar kampus untuk kebutuhan melamar ke perusahaan dan menjalankan kerja profesi selama tiga bulan. Setelah itu praktikan mencoba meng-apply lowongan kerja yang sesuai jurusan melalui aplikasi seperti linkedin dan glints ke total 16 perusahaan, juga mencoba menyerahkan langsung ke Kemendikbud juga perusahaan Bali united pilar majalah Rahasia Gadis selama kurun waktu yang ditentukan dari akhir Januari hingga awal Februari. Kemudian perusahaan yang praktikan apply melalui aplikasi adanya yang menolak dan bahkan tidakmemberikan respon. Tetapi perusahaan Rahasia Gadis memberikan respon dan meminta praktikan untuk wawancara pada hari yang sudah ditentukan. Namun, praktikan tidak lolos ditahap wawancara, hingga kurun waktu yang ditetapkan.

Karena hal tersebut, praktikan berusaha untuk mencari alternatif lain untuk magang dan memenuhi kerja profesi. Lalu Program Studi Ilmu Komunikasi membuka lowongan untuk content creator di Media Kompess. Kemudian praktikan mendaftar kerja profesi di Kompess, dengan mengirimkan CV melalui email Kepala Redaksi Kompess. Setelah itu praktikan mendapat feedback dari pihak Kompess terkait penerimaan dan mengadakan zoom meeting.

Pada tanggal 15 Februari 2022, praktikan mulai melaksanakan kerja profesi di Media Kompess. Pada hari pertama kerja praktikan mendapatkan informasi tentang pengenalan Media Kompess dan sistematika pelaksanaan Kerja di Media Kompess. Praktikan diarahkan untuk fokus pada content creator di media sosial Instagram saja. Pelaksanaan kerja profesi di Kompess mulai dari tanggal 15 Februari 2022 sampai tanggal 19 April 2022. Jam kerja praktikan mulai dari pukul 08.00 AM - 16.00 PM.

Dalam melaksanakan kerja profesi, praktikan juga harus menyusun LaporanKerja Profesi. Pada bulan Februari - Maret praktikan memulai membuat penyusunan laporan proposal Bab 1 dan Bab 2. Lalu pada bulan April – Mei praktikan melanjutkan menyusun laporan proposal kerja profesi Bab 3 dan Bab 4. Pengumpulan laporan laporan proposal kerja profesi jatuh pada tanggal 9 Mei 2022.