

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Perkembangan teknologi internet saat ini memberikan dampak besar pada kegiatan operasional di beberapa perusahaan. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan mulai bergeser dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi internet yang dilakukan perusahaan pun sangat beragam, salah satu perubahan yang terlihat yaitu dari cara perusahaan dalam menyampaikan dan menyajikan informasi pada khalayak luas secara online. Perusahaan dapat lebih mudah dan cepat dalam menyebarkan informasi kepada audiens melalui beberapa platform digital.

Dalam hal ini, perilaku audiens untuk mendapatkan informasi sangat bergantung pada jaringan internet, terutama melalui media sosial. Media sosial sendiri merupakan salah satu jejaring sosial yang dimanfaatkan oleh penggunanya dalam bertukar dan mendapatkan informasi baik berupa teks, gambar, video dan audio (Kotler, Keller, 2021:568). Sehingga masyarakat banyak menggunakan media sosial karena fitur-fitur yang bisa dimanfaatkan oleh mereka terutama dalam memperoleh informasi. Hal tersebut didukung dari hasil survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bahwa ada sebanyak 73% dari 10 ribu responden mengakses dan mendapatkan sumber informasi melalui media sosial (Vania, 2022)

Melihat dari hal tersebut, banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial salah satunya perusahaan yang bergerak di media pemberitaan. Perusahaan berita menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi secara luas dan *real time* serta berinteraksi dengan publik. Dalam proses pembuatan berita pun, banyak perusahaan media yang memanfaatkan media sosial dalam operasional jurnalis dalam pencarian berita dan trend di masyarakat (Bowd, 2016). Hal ini dilakukan, karena media sosial dianggap memiliki sumber informasi yang jarang disorot oleh media konvensional lainnya (Mansour, 2018). Dengan menggunakan media sosial sendiri ini memberikan kesempatan pada para jurnalis untuk melihat perspektif yang lebih luas terkait dengan suatu isu.

Selain itu, pemanfaatan media sosial sendiri mempengaruhi proses perusahaan dalam hal pendistribusian konten berita yang sudah dibuat. Dimana banyak perusahaan media yang saat ini bersaing mengandalkan kecepatan dalam mendistribusikan berita untuk dapat dikonsumsi oleh audiens. Hal ini dilakukan karena untuk memenuhi kebutuhan audiens itu sendiri, dimana mereka menginginkan sumber informasi dan berita yang cepat (Bowd, 2016).

Selain menjadi sumber informasi, media sosial sendiri dapat memberikan wadah diskusi bagi para audiens. Sebagaimana yang dikatakan oleh Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial menjadi sarana atau media dalam berhubungan atau berkomunikasi secara virtual. Sehingga penggunaan media sosial ini dapat memberikan kesempatan adanya komunikasi dua arah antara audiens dengan pihak perusahaan dalam melakukan interaksi dan *feedback* audiens yang dilihat dari *likes*, *comment*, dan *share* pada setiap konten yang diunggah pada media sosial perusahaan tersebut. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa operasional perusahaan sangat bergantung pada pemanfaatan media sosial.

Maka, perusahaan banyak membutuhkan pekerja dengan *skill* yang berkaitan pada pengelolaan teknologi dan media digital khususnya media sosial. Berdasarkan dari Fast Company yang menyatakan bahwa memang kemampuan individu dalam ranah *digital marketing* dan mengelola media sosial sangat mempengaruhi perkembangan jalannya perusahaan (Ningrum, 2022). Hal ini dikarenakan persaingan perusahaan yang semakin banyak dalam memanfaatkan media sosial. Selain itu, berdasar dari pernyataan Menteri BUMN, Erick Thohir yang dilansir dari bisnis.com menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia membutuhkan dan mencari 17,5 Juta tenaga ahli digital. Namun jika dilihat pada kenyataannya, baru ada sebanyak 600 ribu tenaga kerja ahli digital yang ada disetiap tahunnya di Indonesia.

Dilihat dari para calon pekerja, mereka lebih cenderung mencari pekerjaan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi. Hal ini didukung dari pernyataan Anis Byarwati selaku Anggota Komisi XI DPR menyatakan bahwa ada beberapa posisi yang paling banyak dicari oleh para calon pekerja yaitu *program officer development*, *account officer*, *business analyst*, *social media officer*, dan *banking officer* (Boy, 2020). Namun, dengan adanya perbandingan yang jauh antara peluang kerja dengan kesediaan SDM di Indonesia saat ini. Sehingga membuat

persaingan dalam dunia kerja khususnya teknologi dan digital menjadi sangat ketat.

Maka seorang individu perlu memiliki kemampuan baik *hard skill* ataupun *soft skill* dalam meningkatkan pengalaman kerja. Menurut foster pengalaman kerja merupakan bentuk pengukuran dari seorang karyawan terhadap rentang waktu kerja dalam menjalankan semua tugas dengan baik (Sasongko, 2018). Selain itu, pengalaman kerja juga merupakan suatu bekal untuk seorang individu dari suatu proses dalam menjalankan tanggung jawabnya (Situmeang, 2017). Calon pekerja harus bisa bersaing dan mempersiapkan kemampuan yang dimiliki khususnya pada mahasiswa. Dalam hal ini, pihak perguruan tinggi perlu untuk mengembangkan *skill* dari mahasiswanya (Haryati, 2015). Hal ini bertujuan agar setiap perguruan tinggi dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas. Salah satu cara yang bisa dilakukan pelaksanaan program magang atau kerja profesi.

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk bisa mendapatkan pengalaman kerja untuk menggali kemampuan yang dimiliki melalui program magang atau praktik kerja lapangan. Kerja profesi (KP) dijadikan sebagai salah satu mata kuliah syarat kelulusan. Dalam hal ini, mahasiswa dapat menjalankan program kerja secara langsung sebagai bentuk pelatihan sebagai bentuk pengalaman kerja di suatu perusahaan atau instansi. Dengan begitu, dapat membantu mahasiswa dalam mendapatkan pengalaman dan mengimplementasikan pengetahuan yang didapatkan selama berkuliah. Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi diharuskan untuk melakukan kegiatan kerja profesi sesuai dengan bidang komunikasi yang berhubungan dengan minor *Public Relations* atau *Broadcasting Journalism*.

Public Relations (PR) ini sendiri sebagai fungsi manajemen yang dapat membangun serta mempertahankan hubungan baik antara organisasi dengan publiknya dan dapat mempengaruhi kegagalan atau kesuksesan suatu organisasi (Cutlip, 2011). Selain itu, peran PR dalam sebuah perusahaan yaitu untuk membantu jalannya perusahaan agar terus mengikuti adanya perubahan trend dengan mempersiapkan dari tahap riset dan media sebagai alat pendukung komunikasi (Amin, 2018). Dimana pada saat ini, kegiatan *Public Relations* lebih banyak menyasar dan memanfaatkan media digital yaitu media sosial dalam mengembangkan perusahaan. Manfaat atau kegunaan dari media sosial dalam kegiatan *Public Relations* ini yaitu dalam meningkatkan *awareness* publik akan

adanya perusahaan tersebut, meningkatkan reputasi, membangun adanya hubungan dengan konsumen dan sebagai sarana riset dan pengembangan.

Berdasarkan hal tersebut, praktikan sebagai mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi dengan minor *Public Relations* sudah mendapatkan dasar pengetahuan dan keterampilan terkait kegiatan *Public Relations* seperti pengelolaan media sosial untuk perusahaan, menjalin komunikasi dengan audiens dan *media relations*. Dalam hal ini, kegiatan tersebut berkaitan dengan profesi *Social Media Officer* yang berperan sebagai penghubung dalam mengelola konten, berinteraksi dengan audiens dan meningkatkan *awareness* melalui media sosial. Hal tersebut berhubungan dengan mata kuliah yang sudah dipelajari praktikan pada mata kuliah Strategi dan Taktik PR, Hubungan Masyarakat Online dan Penulisan Hubungan Masyarakat. Selama berkuliah praktikan kerap menjalankan tugas yang berkaitan dengan strategi penggunaan dan pengelolaan media sosial, menganalisa dan meriset trend dalam membuat konten, cara penulisan untuk konten media sosial, cara membangun interaksi dengan publik yang baik, cara mengelola hubungan dengan pihak eksternal dalam hal promosi atau partnership dan lainnya. Sehingga, praktikan ingin untuk mempelajari dan mengimplementasikan terkait dengan teori yang sudah didapatkan dalam perkuliahan pada praktik di dunia kerja secara langsung.

Berdasar dari pengetahuan selama kuliah, praktikan memutuskan untuk melakukan program Kerja Profesi pada perusahaan yang juga menerapkan kegiatan PR yaitu Berita Satu Media Holdings. Berita Satu Media Holdings merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media pemberitaan swasta yang berfokus dalam pengembangan platform digital baik dari Televisi, portal berita online, dan media sosial untuk menyampaikan informasi kepada publik dengan cara menyajikan konten berita yang faktual. Praktikan tergabung sebagai *social media officer* Berita Satu Media. Social Media Officer (SMO) ini bertanggung jawab dalam hal meriset, membuat dan mendistribusikan konten terbaru dari redaksi yang ada pada Beritasatu.com. Lalu, pengelolaan media sosial dalam membangun *engagement* di media sosial Berita Satu. Selain itu, menangani atas konten promo atau konten *placement* serta menyusun bukti tayang untuk *client*.

Berdasarkan penjelasan diatas, laporan kerja profesi ini akan mendeskripsikan dan menjelaskan detail terkait proses kerja dalam mengelola media sosial. Hal tersebut, menjadi faktor penting dimana praktikan dapat

memperoleh ilmu secara langsung sebagai *social media officer* khususnya dalam mengelola media sosial tersebut. Kemudian, praktikan juga mendapatkan pembelajaran dalam hal mengurus konten promo *event* atau *media partner* bersama dengan brand lain. Selain itu, dalam laporan ini praktikan akan menjabarkan terkait kendala dan cara mengatasi hal tersebut selama proses bekerja di Berita Satu Media Holdings.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud dari kerja profesi sebagai *Social Media Officer* pada Berita Satu Media Holdings, yaitu sebagai berikut :

1. Mempelajari kegiatan profesi sebagai seorang *social media officer* pada perusahaan media.
2. Mempelajari cara kerja yang memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan berita terkini.
3. Melatih kemampuan *copywriting* dalam pembuatan konten media sosial.
4. Mempelajari perkembangan akun media sosial dalam hal *engagement*
5. Mempelajari bentuk komunikasi dengan audiens melalui media sosial.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan kerja profesi sebagai *Social Media Officer* pada Berita Satu Media Holdings, yaitu:

1. Mendapatkan pengalaman kerja yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial sebagai bentuk strategi komunikasi perusahaan.
2. Memperoleh pengetahuan dan wawasan dalam pembuatan konten dan *copywriting* yang menggambarkan isi dari artikel berita terkini.
3. Mengetahui penggunaan media sosial sebagai cara meningkatkan brand *awareness*.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan kerja profesi berlokasi pada Berita Satu Plaza, Jl. Gatot Subroto No.Kav. 35-36, RT.6/RW.3, Kuningan, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950. Berita Satu Media Holdings merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang media yang sudah berdiri selama 15 tahun. Dalam hal ini, Berita Satu Media Holdings memiliki beberapa brand dibawah naungannya yaitu BeritaSatu.com,

BeritaSatuTV, JakartaGlobe.id, Investor.id, dan BeritaSatu Newsstand. Dalam hal ini, praktikan tergabung dalam BeritaSatu.com.

Praktikan tertarik memilih bekerja di BeritaSatu.com sebagai *Social Media Officer* karena ingin menambah wawasan terkait praktik kerja pada perusahaan media. Selain itu, praktikan ingin menambah wawasan dalam mengelola dan mempelajari penggunaan serta aktivitas di media sosial dalam membangun brand *awareness* pada BeritaSatu.com sendiri. Praktikan melihat hal ini dapat menjadi peluang untuk mengimplementasikan ilmu yang dipelajari pada saat kuliah. Selain itu, menjadi peluang dalam menggali kemampuan karena melihat pemanfaatan media sosial yang akan semakin berkembang kedepannya.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Dalam pelaksanaan kerja profesi terdapat beberapa tahap dimulai dari tahap persiapan, magang, pembuatan laporan sampai selesai. Dalam tahap persiapan kerja profesi ada beberapa berkas yang harus dipersiapkan seperti CV dan portofolio sebagai berkas untuk melamar ke beberapa perusahaan yang dituju. Kemudian, proses penerimaan dan pelaksanaan magang. Pada jalannya kerja profesi, praktikan dapat memulai menyusun laporan magang. Berikut merupakan detail jadwal pelaksanaan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan.

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

NO	Kegiatan	Bulan				
		Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1.	Mengikuti sosialisasi dan mekansime jalannya Kerja Profesi					
2.	Membuat CV, Cover letter, dan Portfolio					
3.	Memperbarui profile akun LinkedIn					
4.	Melengkapi berkas prasyarat Kerja Profesi					
5.	Mengirimkan CV dan Portfolio ke beberapa perusahaan					
6.	Mengikuti seleksi tahap interview					
7.	Meminta surat pengantar KP dari pihak kampus					
8.	Pelaksanaan kerja profesi di BeritaSatu.com					
9.	Menyusun laporan kerja profesi.					

Pada minggu ketiga bulan Mei, praktikan mulai menyusun CV dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Disamping itu, praktikan juga membuat

portfolio yang dibuat dalam Bahasa Inggris dengan dilengkapi bukti dan hasil yang pernah dibuat selama perkuliahan. Selain itu, praktikan juga membuat *cover letter* yang nantinya akan disampaikan saat mengirimkan email ke perusahaan. Praktikan membuat berkas dalam dua bahasa yang berbeda karena ada beberapa perusahaan yang dituju mengharuskan pelamar memiliki kemampuan berbahasa Inggris secara baik baik dalam bentuk tulisan dan verbal. Sehingga praktikan menyesuaikan berkas yang dibutuhkan sesuai dengan persyaratan atau ketentuan umum yang ada di perusahaan tersebut.

Setelah menyelesaikan berkas yang diperlukan, praktikan pun mulai mencari informasi dari media sosial dan platform lowongan pekerjaan seperti LinkedIn, Jobstreet, dan Kalibr. Praktikan mencari posisi yang diinginkan dan berkaitan dengan ranah komunikasi dan *Publik Relations*. Selain itu, dalam proses mencari lowongan pekerjaan, praktikan juga memperhatikan dari segi jangka waktu kerja dan legalitas dari perusahaan yang dituju sebagai salah satu syarat pelaksanaan Kerja Profesi.

Setelah menemukan beberapa posisi yang akan dilamar dan sesuai dengan syarat pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan pun mulai mengirimkan email yang berisi berkas yang sudah disiapkan dan dibutuhkan oleh perusahaan seperti CV dan Portfolio melalui email. Pada awal bulan Juni tepatnya tanggal 4 Juni 2022, praktikan mendapatkan pesan *whatsapp* dari Upturn untuk melakukan wawancara. Wawancara tahap pertama dilakukan pada 6 Juni 2022 dan praktikan diminta untuk menunggu kabar hingga esok hari. Pada tanggal 7 Juni 2022, pihak Upturn memberi kabar bahwa praktikan belum bisa menempati posisi tersebut.

Kemudian, praktikan melamar ditempat lain salah satunya Berita Satu. Di tanggal 15 Juni 2022 praktikan mendapatkan pesan *whatsapp* dari pihak HRD Berita Satu Media, bahwa praktikan dapat melakukan Kerja Profesi sebagai *Social Media Officer* sesuai posisi yang sudah dilamar. Pada tanggal 20 Juni, praktikan pun mulai menjalani program magang di Berita Satu Media dan dibimbing oleh mentor di tempat kerja.

Praktikan menjalankan Kerja Profesi (KP) dengan sistem *hybrid* dimana pelaksanaan kerja akan dilakukan dengan ketentuan satu hari bekerja di kantor atau *work from office* dan sisanya akan dilakukan di rumah atau *work from home*. Sistem ini berlaku sejak tanggal 20 Juni sampai 16 September 2022. Pelaksanaan kerja dibagi per shift yang diberikan oleh pembimbing kerja dengan ketentuan shift

pagi dari pukul 09.00 WIB – 13.00 WIB, shift siang dari pukul 13.00 WIB – 18.00 WIB dan shift malam dari pukul 18.00 WIB – 22.00 WIB. Dari shift tersebut disimpulkan bahwa perhari, praktikan bekerja selama 6 – 7 jam/hari. Pada hari weekend terdapat jadwal full bergantian dengan anggota tim lain dengan jam kerja pukul 09.00 WIB – 18.00 WIB.

