

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Persaingan dunia kerja dalam era digital saat ini semakin sulit tidak hanya bagi lulusan S1 Ilmu Komunikasi tetapi bagi masyarakat umum. Dalam dunia kerja terdapat aspek penting yang harus dimiliki oleh individu dalam berkarier. Aspek tersebut meliputi *hardskill* maupun *softskill* yang memiliki aspek yang berbeda. Dalam hal ini kedua aspek tersebut memiliki arti yang berbeda tetapi kedua aspek tersebut memiliki peran untuk meningkatkan karir seseorang di dunia kerja. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 8,4 juta orang per Februari 2022 serta tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia sebesar 5,83 persen.

- Tantangan bagi mahasiswa yang belum banyak memiliki kemampuan serta pengalaman akan merasa sulit untuk mendapatkan suatu pekerjaan serta mengembangkan skill yang ada didalam dirinya. Dapat dilihat banyak mahasiswa setelah lulus sulit untuk mendapatkan pekerjaan karena terhalang kemampuan skill yang mahasiswa miliki. Dalam hal ini untuk mengatasi hal tersebut mahasiswa harus memiliki kemampuan skill yang sesuai dengan permintaan perusahaan serta didorong dengan kemampuan memiliki *soft skill* dan *hard skill*.

*Soft skill* adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menjalankan aktivitas lingkungannya. *The Collins English Dictionary* (dalam Robles) mendefinisikan *soft skill* merupakan kemampuan dan kualitas yang dibutuhkan seorang pekerja yang tidak termasuk dalam pengetahuan teknis contohnya kemampuan dalam berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya. *Soft skill* merupakan suatu kemampuan yang dimiliki untuk manajemen diri serta kemampuan individu dalam berinteraksi dengan banyak orang. *Soft skill* merupakan suatu keterampilan seseorang yang berhubungan dengan orang lain serta keterampilan dalam mengatur diri sendiri sehingga mampu mengembangkan pekerjaan secara maksimal (Sutikno, 2015)

Menurut Shuayto (2012) mahasiswa lulusan perguruan tinggi tidak mempunyai suatu kemampuan dalam menerapkan pengetahuan mereka yang didapat terhadap dunia kerja yang nyata. Hal ini disebabkan karena mahasiswa

tidak mempunyai *soft skill* yang diharapkan oleh perusahaan sehingga tidak dapat beradaptasi pada lingkungan kerja yang sebenarnya.

*Hard skill* merupakan suatu kemampuan yang diperlukan oleh pekerja dalam menunjang suatu pekerjaan serta membantu individu dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini *hardskill* juga disebut suatu kemampuan teknis yang dimiliki oleh para calon pekerja yang meliputi kemampuan mengolah data, mengoperasikan alat, mengoperasikan computer serta mengetahui kemampuan tertentu untuk menunjang pekerjaan. Sebagaimana yang diartikan oleh Random House dictionary (dalam Robles, 2012) *hard skill* merupakan kemampuan yang didapat dari pengetahuan, kemampuan praktis maupun kecerdasan untuk melakukan suatu pekerjaan dengan baik. Dalam hal ini untuk melakukan keterampilan serta keahlian tersebut dibutuhkan suatu latihan yang membuat individu menjadi mahir dalam menerapkan keterampilan tersebut. *Hard skill* merupakan suatu kemampuan praktis yaitu kemampuan pengetahuan serta profesional dalam melakukan suatu pekerjaan yang memiliki sebuah konsep baru yang bertujuan untuk membangun perusahaan Field dalam (Sutikno, 2015).

Selain dari skill serta kemampuan yang dimiliki sulitnya mencari pekerjaan bagi mahasiswa dikarenakan adanya kompetisi serta persaingan di dunia kerja yang sangat ketat. Dalam hal ini mahasiswa yang baru lulus sulit untuk mencari pekerjaan terlebih mahasiswa yang tidak memiliki pengalaman serta kemampuan dalam bekerja. Ditambah kurangnya relasi maupun *networking* yang dijalin oleh mahasiswa saat berada di perguruan tinggi. Karena pada dasarnya *networking* di era digital saat ini sangat dibutuhkan serta bermanfaat bagi mahasiswa yang sedang mencari pekerjaan.

Dalam hal ini perguruan tinggi Universitas Pembangunan Jaya memiliki mata kuliah kerja profesi yang dimana mahasiswanya diwajibkan untuk mengikuti mata kuliah tersebut. Kerja profesi dilakukan oleh Universitas Pembangunan Jaya dengan harapan bahwa mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dapat mengenal lingkungan pekerjaan yang sebenarnya dan dapat meningkatkan suatu relasi, pengalaman maupun skill pada pekerjaan yang akan bermanfaat bagi mahasiswa di kemudian hari. Hal ini juga memberikan kesempatan untuk mahasiswa dalam mengaplikasikan kemampuan yang sudah didapatkan di

perguruan tinggi serta dapat mengukur sejauh mana kemampuan yang ada didalam diri mahasiswa dilingkup pekerjaan.

Kerja profesi merupakan suatu bentuk kegiatan yang memberikan kesempatan mahasiswa untuk mengeksplor kemampuan yang dimiliki selama kerja profesi berlangsung, mahasiswa juga diberikan kesempatan untuk menerapkan seluruh pelajaran maupun materi yang sudah didapat selama perkuliahan dan meninjau sejauh mana kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya kerja profesi merupakan suatu mata kuliah yang wajib diikuti oleh mahasiswa serta menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana S1. Dalam pelaksanaannya kerja profesi berlangsung selama 3 bulan dengan durasi 400 jam terhitung selama 6-8 jam kerja per hari.

Mahasiswa atau praktikan pada saat kerja profesi memilih divisi pokja digital leadership academy. Dalam hal ini mahasiswa dapat mempraktikan serta menerapkan pembelajaran mengenai analisis riset, strategi komunikasi, content plan apa yang tepat dalam menjangkau *audiens* dari pelatihan digital leadership academy. Selain dari itu mahasiswa terlibat dalam proses kegiatan digital leadership academy serta analisis maupun riset yang dilakukan pada sosial media maupun strategi komunikasi yang tepat dalam menjangkau *audiens*. Dalam hal ini setiap perusahaan maupun institusi harus melakukan riset dan analisis terlebih dahulu media apa yang tepat untuk menjangkau *audiens*. Dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui dan menjadi strategi untuk menjangkau *audiens* yang sudah ditargetkan.

Mahasiswa pada mata kuliah kerja profesi memilih pada divisi sosial media atau sosial media specialist. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi perlunya mempelajari terkait dengan sosial media yang dimana pada era saat ini sangat dimanfaatkan untuk alat serta media komunikasi dalam menjangkau *audiens* dari perusahaan atau organisasi. Mahasiswa dalam divisi ini merancang serta membuat suatu plan yang berkaitan dengan sosial media Instagram. Meliputi jam tayang, isi konten apa yang akan dibuat setiap minggunya, maupun bagaimana visual dari konten tersebut ditampilkan dalam media socsal. Dalam hal ini beragam cara dapat dilakukan untuk membuat suatu konten di media sosial karena media sosial terbukti dalam peranan *intergrated marketing* atau IMC (Siswanto, 2013).

Sehingga dalam hal ini perkembangan teknologi maupun lapangan pekerjaan membutuhkan suatu individu yang dapat memaksimalkan dalam hal periklanan maupun promosi. Sehingga konsumen serta masyarakat yang menggunakan sosial media dapat diberi konten yang menarik didalamnya. Dalam hal ini konten-konten yang persuasif secara tidak langsung dapat menarik serta mempengaruhi perhatian dari konsumen atau *audiens* dalam melihat lebih jauh konten yang menarik perhatian mereka. Dalam pembuatan konten sosial media biasanya ditangani oleh seorang ahli dibidangnya yang sering disebut dengan sosial media specialist atau ahli media sosial.

Sosial media Specialist merupakan sebuah pekerjaan yang melibatkan gawai dan teknologi masa kini di mana satu orang dan/atau tim yang bersangkutan akan mengontrol atas keseluruhan atau sebagian isi konten perusahaan via media sosial. Seorang Sosial media Specialist lebih baik memiliki sifat dapat memengaruhi atau *influence*. Sikap ini mampu menjadi dasar konten yang dibuat akan memengaruhi masyarakat yang melihat kontennya.

Sosial media specialist adalah suatu pekerjaan yang mengkombinasikan antara gawai dan teknologi saat ini yang modern yang dimana suatu individu atau tim mengontrol suatu konten perusahaan atau organisasi melalui media sosial. Dalam hal ini sosial media specialist dituntut untuk memiliki sifat mempengaruhi suatu konsumen atau *audiens* hal ini berguna untuk mempengaruhi konsumen Ketika melihat konten tersebut. Elli (2017) berpendapat ada tiga faktor dalam mempengaruhi *audiens* yang biasa disebut dengan 3 R. Pertama yaitu *reach* dimana yaitu kemampuan dalam Menyusun, membuat, serta mengirimkan maupun mengkomunikasikan konten kepada *audiens* atau konsumen. Kedua *relevance* yaitu kekuatan yang terletak pada brand ataupun koneksi. Ketiga *resonance* merupakan kemampuan dalam mengarahkan suatu perilaku *audiens* untuk mengikuti apa yang diinginkan kreator atau pembuat konten (Elli, 2017).

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

1. Mengetahui dunia pekerjaan yang berkaitan dengan *digital leadership academy* pada Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informatika.

2. Mempelajari dan mendalami keterampilan di dalam dunia pekerjaan seperti meriset, merencanakan, merancang serta memilih konten pada sosial media.
3. Mempelajari segala kegiatan yang berkaitan dengan Digital Leadership Academy

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi**

1. Mendapatkan pengetahuan, pengalaman, keterampilan pada dunia pekerjaan yang berkaitan dengan social media specialist pada instansi pemerintahan.
2. Mendapatkan pembelajaran terkait divisi pokja digital leadership academy pada Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informatika.
3. Mendapatkan ilmu serta wawasan terkait dengan perencanaan dan meriset konten pada sosial media.

### **1.3 Tempat Kerja Profesi**

**Tempat : Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informatika (Digital Leadership Academy)**

**Alamat : Jl. Raya Klp. Dua No.49D, RT.7/RW.5, Klp. Dua, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11550**

Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) merupakan suatu unit organisasi di Lingkup Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Balibang SDM) Kemkominfo. Dalam hal ini kemkominfo memiliki tugas dan fungsi berdasarkan peraturan menteri nomor 6 tahun 2018 tanggal 19 juli 2018, tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada pasal 696 tugas Pusdiklat adalah: "Melaksanakan pengembangan pegawai melalui pendidikan dan pelatihan manajerial, teknis, dan fungsional" Pada pasal 697, fungsi Pusdiklat adalah : Penyusunan kebijakan teknis di bidang pendidikan dan pelatihan manajerial, teknis, dan fungsional; Pelaksanaan pendidikan dan pelatihan manajerial, teknis, dan fungsional; Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pendidikan dan pelatihan manajerial, teknis, dan fungsional; Pelaksanaan administrasi pusat.

Alasan mahasiswa atau praktikan memilih kerja profesi di Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informasi dikarenakan instansi atau perusahaan yang memiliki berbagai program pelatihan salah satunya Digital Leadership Academy. Mahasiswa atau praktikan memilih Divisi Pokja Digital Leadership Academy karena dalam hal ini berkaitan dengan riset dan analisis, sosial media , serta strategi komunikasi, maupun membuat perencanaan strategi konten pada sosial media Instagram yang dijalankan oleh digital leadership academy. Dalam hal ini mahasiswa juga ingin mengetahui lebih dalam kegiatan atau pekerjaan yang ada di instansi pemerintahan yang berkaitan dengan digital serta mempraktikkan langsung pengetahuan, pembelajaran serta kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa yang sudah dipelajari pada pada saat kegiatan perkuliahan.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1 1 Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				Sept							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Mencari info magang melalui aplikasi magang	■	■	■	■																								
2.	Mencari info magang melalui teman	■	■	■	■																								
3.	Membuat CV dan Portofolio			■	■																								
4.	Mengirim CV dan Portofolio ke perusahaan					■	■																						
5.	Mendapat informasi magang melalui sosial media sebagai sosial media <i>specialist</i>			■	■																								
6.	Mengajukan pengantar surat kerja profesi									■	■																		
7.	Mengirim berkas yang dibutuhkan kepada Pusdiklat Kominfo									■	■																		
8.	Feedback dari Pusdiklat Kominfo			■	■																								
9.	Interview			■																									
10.	Pelaksanaan KP									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11.	Pembuatan laporan KP																					■	■	■	■	■	■	■	■

Sebelum melakukan suatu kerja profesi mahasiswa ataupun praktikum melewati beberapa tahapan dalam kerja profesi. Dalam hal ini proses awal dalam pencarian kerja profesi mencari lowongan magang dari sosial media, *website* maupun kerabat terdekat pada bulan April 2022. Dalam masa pencarian mahasiswa mencari tahu lowongan apa saja yang dibuka pada perusahaan-perusahaan atau organisasi maupun mengkontak beberapa teman yang sudah lebih dulu melakukan kerja profesi.

Setelah itu mahasiswa mulai memperbaiki CV serta membuat portofolio untuk keperluan berkas yang nantinya akan dilampirkan ke perusahaan-perusahaan yang akan dituju oleh mahasiswa. Pada bulan April mahasiswa mendapatkan informasi dari teman yang sudah dulu melakukan kerja profesi di Pusdiklat Kominfo ada lowongan yang dibuka dan tersedia pada Pusdiklat Kominfo untuk mahasiswa magang atau kerja profesi.

Setelah itu mahasiswa langsung mempersiapkan berkas yang akan dilampirkan yang ditujukan pada instansi terkait. Berkas yang sudah dipersiapkan oleh mahasiswa akhirnya dikirimkan pada instansi terkait. Pada bulan yang sama Ketika semua berkas yang dibutuhkan oleh instansi dilampirkan, akhirnya mahasiswa mendapatkan pesan bahwa mahasiswa dapat dilanjutkan ketahap berikutnya yaitu interview. Mahasiswa setelah mendapatkan jadwal untuk interview di Pusdiklat Kominfo tetap melamar maupun menaruh CV serta berkas pada perusahaan-perusahaan maupun instansi yang membuka program magang. Ketika interview akhirnya mahasiswa diterima dan ditempatkan pada program pelatihan digital leadership academy pusdiklat kominfo.

Selanjutnya mahasiswa langsung menghubungi dosen pembimbing sekaligus meminta surat pengantar dari kampus untuk diajukan ke pihak instansi Pusdiklat Kominfo. Selanjutnya mahasiswa mulai melakukan kerja profesi pada tanggal 8 Juni sampai 9 September 2022 dengan system kerja hybrid offline maupun *online* dari rumah dengan jumlah waktu kerja 480 jam.

