

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pada saat ini, masyarakat Indonesia tengah dihadapi oleh pandemi Covid-19 yang memiliki dampak begitu besar di berbagai bidang. Dengan adanya pandemi Covid-19, pemerintah Republik Indonesia menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar sebagai tujuan untuk menanggulangi penyebaran dan meminimalisir dampak yang ditimbulkan dari adanya kasus Covid-19 (Dian Herdiana, 2020). Sebagai akibatnya, pemerintah menghimbau setiap bidang industri untuk melakukan pekerjaan dari rumah atau pada saat ini dikenal dengan istilah *Work from Home* (WFH). Bekerja dari rumah merupakan fenomena baru dalam proses bekerja untuk menyikapi situasi serta suasana dunia pekerjaan di Indonesia pada saat ini (Dodi Wirawan, 2021).

Pembatasan kegiatan pun juga sangat berdampak pada industri media. Semakin berkurangnya jumlah pekerjaan yang ada, hal ini memaksa perusahaan untuk mengoptimalkan dengan menghimbau karyawan untuk melakukan aktivitas kerja dari rumah hingga Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Hanya karyawan yang berpengalaman dan mampu beradaptasi dengan cara kerja digital saja yang umumnya dipertahankan. Kondisi ini tentu menjadi tantangan berat bagi calon pekerja yang hanya mengandalkan ijazah dan belum berpengalaman. Hal ini pun tidak luput dari adanya kondisi perekonomian di Indonesia yang melemah, di mana hal ini juga bersinggungan langsung dengan ketenagakerjaan di Indonesia atau lebih tepatnya jumlah tingkat pengangguran di Indonesia (Verina Ruth, 2021).

Badan Pusat Statistika (BPS) menyebutkan bahwa walaupun angka pengangguran sedikit mengalami penurunan, namun tetap saja bahwa angka pengangguran di Indonesia dilaporkan pada bulan Februari 2022 mencapai 5,83% dari keseluruhan penduduk Indonesia atau sebanyak 208,54 juta orang. Kemudian, dari total 5,83% tercatat hampir 14% dari total keseluruhan tersebut merupakan lulusan jenjang sarjana (S1) dan diploma (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini pun tidak luput dari adanya faktor-faktor utama yang

mempengaruhi suatu individu tersebut. Dalam hal ini, jelas menjadi tantangan tersendiri bagi setiap individu yang akan melangkah ke dunia pekerjaan untuk dapat memiliki kemampuan dalam suatu bidang.

Dilansir dari Detik.com (2022), dijelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi problematika ketenagakerjaan. Yang pertama, keterampilan yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Hal ini didasari dengan banyaknya pendaftar pekerjaan yang mendaftar tidak sesuai dengan keterampilan yang tidak relevan atau pun tidak sesuai dengan klasifikasi perusahaan. Kemudian, ekspektasi penghasilan dan status yang tinggi. Hal ini terjadi karena kebanyakan individu yang cenderung menganggap bahwa dirinya dengan layak untuk diupahi dengan nominal yang tinggi, padahal belum tentu ia memiliki kompetensi yang layak. Yang terakhir, terbatasnya penyedia lapangan kerja. Keterbatasan ini semakin menjadi ketika pandemi Covid-19 yang merajalela, terlebih banyaknya perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) besar-besaran demi perekonomian suatu perusahaan. Hal ini menjadikan jumlah dari pengangguran yang tidak setara dengan lapangan kerja yang ada. Berdasarkan dari ini lah, para individu yang ingin mendapatkan pekerjaan perlu mempunyai pondasi atau dasar sebelum terjun ke dunia pekerjaan, yaitu dengan pengembangan diri atau keterampilan diri yang mumpuni.

Pengembangan diri atau keterampilan diri menjadi suatu hal utama sebagai bahan dasar untuk bersaing di dunia pekerjaan. Pengembangan diri adalah proses di mana suatu individu dalam membentuk dan mengembangkan kemampuan diri secara individu berdasarkan Pendidikan dan pengalaman semasa hidupnya (Muhammad Aminullah, 2020). Hal ini pun juga mengacu pada *hard skill* dan *soft skill* yang perlu dimiliki oleh setiap individu dalam mendukung pengembangan diri di tengah persaingan dunia pekerjaan. Dilansir dari Tempo.co (2021), *hard skill* merujuk pada pemahaman serta ketangkasan terhadap pekerjaan yang ditekuni dalam melakukan tugas pekerjaan mereka secara efektif. Sedangkan, *soft skill* merupakan kemampuan secara individu yang berkaitan dengan proses perkembangan kepribadian secara mandiri.

Dunia pekerjaan menjadi tujuan utama bagi setiap individu setelah menyelesaikan pendidikannya di bangku perkuliahan. Dalam dunia nyata, lingkungan kerja memiliki berbagai karakteristik yang bersifat dinamis dan memiliki segudang perbedaan dengan dunia perkuliahan. Lingkungan di dunia

kerja juga dapat diartikan sebagai wadah untuk mengaplikasikan dan mengeksplorasi pembelajaran yang telah ditempuh selama perkuliahan. Selain itu, lingkungan di dunia kerja juga mengarahkan setiap mahasiswa untuk dapat mengaplikasikan ilmu serta pembelajaran yang telah ditempuh selama perkuliahan

Berdasarkan dari hal di atas dapat disimpulkan bahwa untuk memasuki dunia kerja yang memiliki problematikanya sendiri, kita sebagai mahasiswa perlu memenuhi kebutuhan kita yakni dengan pengembangan diri dan juga keterampilan diri, baik melalui *hard skill* atau pun *soft skill*. Selain itu, pengalaman juga menjadi faktor yang cukup penting untuk dapat diklasifikasikan mumpuni dalam suatu lapangan pekerjaan. Pengalaman seseorang merujuk pada pengetahuan dan juga keterampilan dalam suatu hal yang diperoleh melalui keterlibatan selama periode tertentu (Muhammad Aminullah, 2020). Bahkan, setiap seseorang ingin melamar pekerjaan, rata-rata perusahaan atau suatu agensi mencantumkan bahwa seseorang tersebut paling tidak sudah memiliki pengalaman sekurang-kurangnya adalah 3 (tiga) bulan. Hal ini membuktikan bahwa klasifikasi setiap perusahaan pun juga memiliki standar untuk dapat merekrut karyawan yang baru.

Maka dari itu, penting rasanya bagi setiap mahasiswa untuk aktif sepanjang masa perkuliahan guna mengembangkan kemampuan diri masing-masing. Beberapa Universitas di Indonesia mempunyai regulasi khusus agar mengharuskan setiap mahasiswanya untuk mengikuti kegiatan program Magang atau Kerja Profesi sebagai syarat kelulusan. Magang merupakan salah satu tahapan akhir bagi para mahasiswa sebelum pada akhirnya terjun ke lingkungan pekerjaan. Magang biasanya juga akan dikaitkan dengan pelatihan kerja sebelum akhirnya dapat menjadi karyawan tetap. Pengalaman menjadi sebuah pondasi awal untuk mempersiapkan diri ke jenjang pekerjaan. Selain itu, mahasiswa bisa mengeksplorasi segala bentuk kegiatan yang bertujuan untuk menambah wawasan guna meningkatkan keterampilan praktek kerja (Universitas Teknologi Yogyakarta, 2014).

Kerja Profesi (KP) atau program Magang sendiri merupakan masa di mana mahasiswa dapat mengenal lebih jauh soal dunia pekerjaan dan mengaplikasikan segala ilmu serta teori yang telah diemban selama duduk di perkuliahan dan kemudian disesuaikan dengan acuan dari Program Studi

(Universitas Pembangunan Jaya, 2021). Begitupun juga fokus pendidikan yang praktikan tempuh, yaitu *Broadcasting & Journalist*, dengan adanya Kerja Profesi atau program Magang tersebut menjadikan sebuah wadah untuk mengaplikasikan segala bentuk pembelajaran yang telah ditekuni semasa perkuliahan. Misalnya, pada masa perkuliahan, Mahasiswa *Broadcasting & Journalist* sering mempelajari kaidah Jurnalistik berdasarkan kode etik, kemudian pada masa program Magang berlangsung, hal itu menjadi sebuah dasar seorang mahasiswa yang tengah menjalani magang dengan mengaplikasikan kaidah-kaidah Jurnalistik.

Berdasarkan hal tersebut, Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu universitas yang menerapkan program Magang atau Kerja Profesi tersebut guna syarat kelulusan setiap mahasiswanya. Dalam program ini, mahasiswa diharuskan untuk dapat mengambil peran di dalam program magang tersebut yang sesuai dengan latar belakang pendidikan yang di tempuh semasa perkuliahan. Perkembangan industri di sebuah media kreatif dan juga media massa, baik *digital* atau pun *offline*, menjadi dasar praktikan dalam mencari target perusahaan yang ada di dunia industry media untuk dapat bisa bergabung kedalam suatu perusahaan di bidang tersebut.

Media massa sendiri merupakan wadah untuk menyajikan segala bentuk pesan informasi dari sumber kepada penerima dengan menggunakan alat komunikasi (Cangara, 2018). Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan peminatan *Broadcasting Journalist*, sangat erat sekali hubungannya dengan suatu perusahaan media. Pada dasarnya, industri media massa adalah sebuah wadah industri yang bergerak di bidang kreatif yang terus melakukan eksplorasi terhadap inovasi seiring dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi segmentasi audiensnya. Terdapat berbagai aspek yang terdapat pada industri media massa, terutama yang bergerak di bidang kreatif, di mana setiap individu yang ada di dalam industri media perlu memiliki kemampuan terhadap pembuatan konten, karena media massa memiliki sifat yang dapat memengaruhi pemikiran audiens (Ida Ri'aeni, 2017).

Perkembangan media saat ini, khususnya industri kreatif tengah mengalami disrupsi teknologi digital. Disrupsi teknologi digital adalah zaman munculnya berbagai macam inovasi dan transformasi signifikan oleh karena hadirnya teknologi digital yang dapat mengubah sistem di Indonesia maupun

global. Taufiqqurahman menjelaskan dalam salah satu artikel milik Universitas Indonesia (2021), bahwa perkembangan media saat ini secara tidak langsung juga menghadapkan segala produksi konten ke arah yang sudah terdigitalisasi. Khalayak yang dijangkau pun juga memiliki cakupan yang luas dan hal ini juga terbilang di luar control oleh media itu sendiri.

Maka dari itu, hal ini pun mengacu pada proses produksi yang diterapkan oleh suatu media di era yang sudah terdigitalisasi. Proses tersebut antara lain yaitu, Proses Pra-Produksi yang merupakan tahap perencanaan dan juga mempersiapkan segala kebutuhan produksi konten agar berjalan sesuai dengan konsep yang sudah ditetapkan. Pada bagian ini, penting bagi rasanya untuk dapat memahami dasar konsep dari sebuah konten yang akan diproduksi dan juga beberapa tahapan seperti Ide, Penulisan, Pra-visualisasi dan juga Perencanaan Produksi yang ada. Kemudian, proses yang kedua yaitu Produksi yang merupakan kegiatan inti dalam pembuatan konten. Hal ini pun berkaitan dengan bagaimana kiat-kiat dalam mengeksekusi pembuatan konten tersebut. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan pada bagian ini yaitu, proses dan teknik pengambilan gambar agar sesuai dengan konsep yang ada, kemudian tahapan evaluasi untuk setiap jalannya proses produksi. Kemudian untuk proses yang ketiga atau terakhir yaitu Pasca Produksi di mana merupakan tahap finalisasi dari konten yang sudah digarap sebelumnya. Pada bagian ini meliputi *editing*, pemaparan hasil, *re-editing* apabila terdapat revisi dan yang terakhir adalah *finishing*.

Pada dasarnya, dalam proses produksi sebuah konten pasti memiliki kaitannya dengan *editing* atau penyuntingan. *Editing* sendiri secara umum dapat dikatakan sebagai proses penggabungan berbagai elemen, baik secara audio atau visual untuk dikemas menjadi suatu karya jurnalistik yang didasari sebuah konsep. Pada media digital saat ini, *editing* kerap menjadi suatu hal yang menjadi perhatian khusus, lantaran konten yang diproduksi atau yang digarap dalam proses *editing*, harus mengandung suatu informasi dan akan berdampak bagi para khalayak yang meninjau lebih jauh terkait dengan konten tersebut.

Berdasarkan dari hal tersebut, praktikan memilih media Haibunda yang hadir sebagai media di era *digital* pada saat ini dengan menyajikan informasi bermanfaat dan yang pasti dibutuhkan oleh para Ibu atau kaum perempuan. Informasi yang disajikan berupa *parenting*, kehamilan, menyusui,

mom's life atau kehidupan para Ibu. HaiBunda juga hadir dengan *tagline* “Paling Tahu Bunda”, di mana dengan ini diharapkan dapat menjadi media terpercaya oleh para khalayak yang sesuai dengan segmentasinya melalui berbagai informasi yang disajikannya. HaiBunda melakukan penayangan konten pertama kali pada 12 Juli 2017. Di mana pada tanggal tersebut www.haibunda.com dapat diakses oleh seluruh Bunda di Indonesia untuk pertama kalinya. Penayangan ini kemudian dirayakan lewat launching resmi secara offline bersamaan dengan acara pertama kami yaitu Festival Bunda Happy pada 13 - 15 Oktober 2017. HaiBunda akan terus melakukan inovasi sebagai media yang paling memahami Bunda dengan memberikan informasi sesuai yang dibutuhkan. Sehingga pada 7 Oktober 2020, HaiBunda resmi meluncurkan aplikasi HaiBunda untuk memudahkan Bunda mendapatkan informasi dari berbagai jenis platform (HaiBunda, 2022).

HaiBunda memiliki visi untuk menjadikan HaiBunda sebagai media digital terpercaya nomor satu di bidang pengasuhan anak dan kehidupan ke-Ibu-an. Selain itu, HaiBunda juga memiliki misi yaitu menyediakan informasi terpercaya bersama para ahli di bidangnya, membangun wadah komunikasi antara sesama audiens untuk berbagi pengalaman dengan aman, dan yang terakhir dalam menyediakan referensi untuk nama bayi hingga pendidikan yang akan ditempuh buah hati. Berdasarkan dari hal tersebut juga secara tidak langsung dapat disimpulkan bahwa, target pasar dari HaiBunda sendiri yaitu calon orang tua khususnya Ibu, Ibu hamil, dan keluarga.

HaiBunda juga memiliki segmentasi program khusus untuk memfasilitasi target audiensnya, antara lain yaitu program *Intimate Interview* yang merupakan segmen wawancara eksklusif dengan para perempuan khususnya para selebritis untuk menceritakan kisah hidup mereka, termasuk anak, keluarga, bahkan permasalahan pernikahan atau pengasuhan; kemudian, Dapur HaiBunda yang merupakan segmen khusus yang dibuat untuk memfasilitasi audiens dalam memberikan rekomendasi resep hidangan untuk keluarga; kemudian terdapat juga HaiBunda *Live* yang mana program ini memanfaatkan fasilitas *Instagram Live* untuk berbincang dengan para tokoh tertentu untuk mendapatkan *insight* positif yang dapat melahirkan informasi baru untuk audiens; dan yang terakhir, yaitu HaiBunda Kulwap, *platform* komunitas HaiBunda dengan pakar suatu bidang, di mana para anggota di komunitas tersebut dapat secara aktif berdiskusi

dengan narasumber melalui WhatsApp Group. HaiBunda juga memiliki platform khusus untuk menyediakan layanan informasi, seperti website yang terintegrasi melalui *desktop*, *mobile*, dan juga aplikasi HaiBunda. Selain itu, HaiBunda juga memiliki akun Instagram serta Tiktok dengan nama akun @haibunda.com untuk mendukung penyebaran informasi dan memfasilitasi para Ibu diluar sana.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

- 1) Menerapkan teori dan praktik di bidang produksi video yang diperoleh selama studi pada media massa digital.
- 2) Mendalami informasi yang berkaitan dengan latar belakang perusahaan.
- 3) Mempelajari tektik *editing* sesuai dengan klasifikasi media dan standar *broadcasting*.
- 4) Mengembangkan skill videografi sebagai bahan dasar dalam memproduksi konten.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- 1) Mendapatkan pengalaman sebagai *Videographer* dan juga *Video Editor*.
- 2) Mampu menerapkan kaidah *broadcasting* atau penyajian suatu informasi sesuai dengan standar sebuah media.
- 3) Mempelajari proses pemnbuatan sebuah konten.
- 4) Mampu berkerja sama dengan tim.
- 5) Mendapatkan wawasan dan informasi tentang dunia pekerjaan.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melakukan kerja profesi di tempat perusahaan bernama Haibunda yang merupakan bagian dari PT Trans Media Corporation atau lebih dikenal dengan nama Trans Media yang merupakan sebuah perusahaan media dan bertempat di Gedung Transmedia - Lantai 8-9 Jln. Kapten Tendean kav. 12-14A, Jakarta Selatan, 12790. Haibunda juga hadir dengan *tagline* "Paling Tahu Bunda", di mana dengan ini diharapkan dapat menjadi media terpercaya oleh para khalayak yang sesuai dengan segmentasinya melalui berbagai informasi

yang disajikannya. HaiBunda sendiri bagian dari detiknetwork dan tepat berada di naungan Grup Transmedia.

Alasan praktikan memilih HaiBunda bertujuan untuk mendalami latar belakang Pendidikan yang ditempuh semasa kuliah, yaitu Program Studi Ilmu Komunikasi dengan peminatan *Broadcasting Journalist*. Selain dari pada hal tersebut, praktikan juga ingin mengetahui bagaimana lingkup serta iklim kerja yang ada di industri media. Seperti yang diketahui bersama bahwa media jadi pilar utama secara massal untuk dapat memberikan informasi yang memiliki sisi kredibilitas dan juga keaktualitasan yang kuat. Hal ini menjadi menarik, ketika praktikan yang berjenis kelamin Laki-laki, namun bergabung kedalam media yang fokusnya untuk para Ibu dan juga perempuan. Memperluas pengetahuan dan mencari informasi baru menjadi dasar praktikan juga dalam bergabung kedalam bagian dari HaiBunda. Media ini telah melakukan beragam hal yang bertujuan untuk memfasilitasi para Ibu di luar sana untuk dapat mengetahui informasi seputar ke-Ibu-an dan juga *parenting*.

Selain itu, sejak berdirinya HaiBunda yakni pada tahun 2017 silam, HaiBunda telah melakukan berbagai macam kolaborasi dengan berbagai tokoh, baik dari kaum selebritis ataupun tokoh-tokoh dari bidang tertentu. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi serta referensi untuk para audiens dengan konten yang relevan. Selain dari pada itu, Berdasarkan dari hal-hal diatas lah yang menjadi sisi menarik dari HaiBunda bagi praktikan dalam melaksanakan Kerja Profesi. Hal ini menjadi penting dan menarik untuk menambah pengalaman dan juga wawasan mengenai dunia industry kreatif khususnya di dunia media digital dengan menjalankan projek yang dilakukan selama praktikan melakukan kerja profesi.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Jadwal pelaksanaan Kerja Profesi diawali dengan adanya sosialisasi dari pihak Program Studi Ilmu Komunikasi terkait dengan mata kuliah Kerja Profesi. Kemudian, setelah adanya sosialisasi, praktikan mulai mempersiapkan segala macam kebutuhan untuk melamar pekerjaan, seperti CV, Surat Pengantar, Resume, dan sebagainya. Praktikan mencari tempat Kerja Profesi dengan melalui media sosial, aplikasi Linked In, hingga mendatangi langsung ke beberapa perusahaan yang sekiranya relevan dengan latar belakang Pendidikan.

No	Kegiatan	Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Sosialisasi mata kuliah KP																				
2	Pembuatan CV dan Portofolio																				
3	Mencari tempat KP																				
4	Mengirim CV dan Portofolio ke HaiBunda																				
5	Interview pertama bersama HaiBunda dan detik Network																				
6	Mengajukan berkas surat pengantar ke UPJ																				
7	Interview kedua bersama HaiBunda dan detik Network																				
8	Diterima di HaiBunda																				
9	Melengkapi berkas KP																				
10	Kegiatan KP																				
11	Membuat laporan KP																				
12	Pengumpulan laporan KP																				

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Setelah semuanya telah dipersiapkan dan proses pencarian tempat Kerja Profesi juga sudah dilakukan, sampailah pada masa di mana praktikan mencoba untuk melamar dan diterima di HaiBunda yang menjadi bagian dari detik Network. Tepat pada tanggal 20 Juni 2022, praktikan memulai kegiatan Kerja Profesinya yang menerapkan sistem hybrid yakni tiga (3) hari *Work From Office* (WFO) dan dua (2) *Work From Home* (WFH). Waktu kerja praktikan dalam 1 (satu) hari dilakukan selama kurang lebih 7-8 jam, di mana biasanya diawali pada pukul 10.00 WIB hingga 17.00 atau 18.00 WIB. Dalam kegiatan magang yang dilakukan, praktikan mengawalinya dengan pengenalan dari pihak HaiBunda terkait dengan bagaimana siklus dari media tersebut dan pekerjaan-pekerjaan seperti apa yang akan dikerjakan oleh praktikan, yaitu mulai dari penyuntingan *Video-on-Demand* atau *video daily content* hingga peliputan acara-acara tertentu yang berkaitan dengan perusahaan.

Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa yang melakukan kerja profesi dilakukan sekurang-kurangnya selama 400 jam atau jika diakumulasikan kurang lebih sekitar 3 bulan kerja. Praktikan melakukan kerja profesi ini terhitung sejak tanggal 20 Juni hingga 15 September, dengan rata-rata 8 jam perhari. Maka dari itu, praktikan telah melaksanakan program Kerja Profesi sesuai dan melampaui dengan waktu yang telah ditentukan oleh Universitas Pembangunan Jaya yakni 456 jam kerja.