

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Kerja Profesi

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi masyarakat agar dapat melakukan interaksi sosial secara virtual dan mendapatkan informasi terbaru. Menurut Gohar.F Khan dalam buku yang berjudul *Social Media for Government* (Kominfo, 2018) menyatakan bahwa media sosial merupakan platform berbasis internet untuk menciptakan dan berbagi konten yang mencakup informasi, opini, dan minat, bersifat informatif, edukatif, kritik dan sebagainya kepada khalayak luas. Keberadaan media sosial menjadi wadah bagi semua pengguna dalam berkomunikasi dengan cakupan sangat luas dan terjangkau, seperti halnya media sosial Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya. Berdasarkan data dari (2022) *We Are Social*, pengguna aktif media sosial sebanyak 191 juta dengan presentase Instagram mencapai 84,8%. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, mengindikasikan bahwa saat ini media sosial menjadi media komunikasi yang berpotensi memiliki dampak signifikan dalam bidang apapun, misalnya pemasaran, politik ataupun pembelajaran.

Bentuk dari perkembangan teknologi informasi, tentu media sosial banyak memberikan manfaat bagi para pengguna salah satunya yaitu manfaat bagi hubungan masyarakat dalam institusi pemerintah yang menjadikan media sosial untuk melakukan komunikasi publik dan komunikasi strategis. Maka dari itu, banyaknya instansi pemerintahan menggunakan sosial media sebagai alat dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Adapun peran dari media sosial kini, media sosial didesain agar dapat meningkatkan reputasi ataupun citra dari lembaga, media sosial sebagai perangkat agar lebih menciptakan praktik komunikasi dua arah dari informasi insituti ke banyak *audience*, media sosial wujud dokumentasi berbasis online karena segala sesuatu yang dipublikasi terekam, (Kurnasih, 2018).

Pemanfaatan media sosial dalam sebuah institusi pemerintahan akan mendorong efisiensi waktu dan biaya dalam kegiatannya yang melibatkan publik dengan jangkauan luas, kemudian dengan adanya media sosial artinya keterbukaan informasi juga semakin mendorong masyarakat untuk

mengeluarkan pendapat kritis terhadap berita tidak benar di media sosial yang berpotensi meruntuhkan reputasi pemerintah sehingga media sosial dirasa cukup untuk memberikan kepercayaan masyarakat kembali, serta media sosial salah satu bentuk perubahan digital dari sistem pemerintah dengan mengikuti perkembangan jaman.

Dalam media sosial, profesi *Social Media Specialist* memainkan kendalanya untuk bertanggung jawab mengelola akun media sosial milik perusahaan, institusi, atau organisasi. Adanya seorang akan memaksimalkan manfaat dari hadirnya media sosial karena setiap tumpuan pekerjaannya sudah direncanakan secara strategis agar dapat membuat *brand awareness* dan meningkatkan *engagement* melalui *content plan*. Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan menganalisa yang baik dan benar, dan mengikuti perkembangan tren agar konsep konten relevan dengan identitas perusahaan atau instansi.

Pada sebuah institusi pemerintah, yang biasanya tergabung dalam divisi hubungan masyarakat atau pranata humas memiliki peranan penting yakni sebagai penghubung langsung kepada para pengikut atau pengguna melalui media sosial ini, melalui divisi ini merupakan cara institusi berinteraksi untuk mendapatkan *feedback*. Umumnya secara bidang dan tugas pekerjaan itu sama yang paling membedakan secara signifikan adalah regulasi dimana insititusi pemerintah bergantung pada pedoman penggunaan media sosial yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pendaayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI No. 83 Tahun 2012, sehingga hal ini yang menjadi acuan dalam proses *content plan* hingga evaluasi.

Organisasi yang tergabung dalam institusi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika ini menggunakan media sosial, Instagram dan Youtube untuk melakukan interaksi kepada pengikutnya. Seiring dengan berjalannya waktu, mulai menjajaki fokusnya pada media sosial Instagram dengan harapan lebih mudah berinteraksi melalui visual serta caption yang dapat lebih cepat dipahami pesannya. Sedangkan media sosial Youtube lebih fokus untuk dokumentasi audio-visual dari berbagai program pelatihannya dan secara durasi akan memadai lebih banyak. Kedua media sosial tersebut menjadi prioritas dalam mendidik masyarakat melalui informasi atau berita yang dipublikasi.

Dengan demikian mengetahui hal tersebut bagaimana peran Pusdiklat Kominfo dalam organisasi pemerintahan membuat praktikan merasa tertantang

dan tertarik untuk menjalankan kewajiban Kerja Profesi, selain karena sesuai minor dan bidangnya. Universitas Pembangunan Jaya memiliki program studi Ilmu Komunikasi dengan salah satu minornya adalah *Public Relations*.

*Public Relations* atau hubungan masyarakat menurut J.C Seidel dalam (Kusanti & Leliana, 2018) mendefinisikan bahwa *Public Relations* merupakan kegiatan yang membantu organisasi dan publiknya untuk saling beradaptasi. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* proses terencana yang mempunyai tujuan untuk menjalin hubungan dan komunikasi antara organisasi atau perusahaan baik dengan pihak internal maupun eksternal, meningkatkan citra positif perusahaan. Praktikan sebagai Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dengan minor PR ini, sudah mempelajari mata kuliah seperti Pengantar *Public Relations*, Penulisan Hubungan Masyarakat, Produksi Hubungan Masyarakat, Strategi dan Taktik Hubungan masyarakat, manajemen acara dan Hubungan Masyarakat *Online*.

Pada dasarnya mata kuliah Ilmu Komunikasi mempelajari secara teori hingga praktik bagaimana proses komunikasi efektif yang dilakukan menggunakan media baru, meningkatkan *brand awareness*, dan menciptakan citra. Bahkan selama kegiatan perkuliahan berlangsung, praktikan diberikan kesempatan untuk menyusun rancangan perencanaan dalam mengelola media sosial dan strategi komunikasi berbasis digital. Dengan pembelajaran yang sudah dilakukan, praktikan merasa bahwa memiliki ilmu yang didapatkan sudah cukup untuk diterapkan ketika masa Kerja Profesi. Serta praktikan merasa memiliki ketertarikan untuk melakukan Kerja Profesi yang diwajibkan oleh Universitas Pembangunan Jaya sesuai dengan bidang dan minatnya yaitu ingin mengelola media sosial pada instansi yang menggunakan komunikasi berbasis digital.

Salah satu instansi yang bergerak pada bidang penelitian dan pengembangan Sumber Daya manusia dengan nama Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informatika. melaksanakan pengembangan pegawai melalui Pendidikan dan pelatihan, manajerial, teknis dan fungsional. Dalam melakukan komunikasi dengan para *audiens*, berbasis digital dengan menggunakan seperti media sosial dan website untuk menyebarkan informasi secara cepat. Walaupun dalam pengelolaannya media sosial Instagram yang digunakan masih sangat pasif karena instansi ini tidak mengunggah konten secara berkala dan

mengikuti tren yang ada sesuai konteksnya. Konten yang diunggah oleh pihak saat ini terdiri dari 14 konten secara visual gambar dan video berisikan hanya sebatas program yang dijalankan, bukan hanya memberikan informasi dan edukasi dalam akun tersebut.

Maka dari itu setelah mengamati akun Instagram, praktikan ingin mengimplementasi apa yang sudah dipelajari saat masa perkuliahan sesuai dengan mata kuliah yang sudah disebutkan. Dengan tujuan untuk lebih merancang secara strategis konten-konten yang akan diunggah agar media sosial tersebut aktif secara berkala dalam memberikan informasi. Praktikan bukan hanya akan menuangkan ide kreatif dalam merencanakan dan membuat konsep konten tetapi juga akan memproduksi konten yang sudah terencana.

Secara teoritis praktikan mengimplementasikannya dengan melakukan riset terlebih dahulu untuk mengungkap konsep mulai dari perencanaan hingga evaluasi agar dapat nilai capaian pihak instansi. Contohnya adalah membuat rencana *daily content* selama 3 bulan secara detail, diharapkan hal ini dapat sangat membantu dalam meningkatkan *engagement rate* mulai dari likes, comment dan pengikut karena konten-konten yang diunggah berkala.

Sebagai *Social Media Specialist*, *engagement rate* sangat diperhatikan bahkan bisa menjadi *Key Performance Indicator* sebuah instansi atau perusahaan dalam mengukur kinerja konten pada platform atau situs website beberapa alasan pentingnya *engagement rate* yaitu agar dapat mengetahui kebutuhan para followers, memantau kinerja para kompetitor sehingga menjadi media evaluasi dalam menyampaikan pesan. Maka agar dapat melihat grafik *engagement rate* akun Instagram diukur berdasarkan *engagement rate by reach*, *engagement rate post*, *impressions*, *daily engagement rate*, *engagement rate views*.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

1. Mempelajari praktek kerja industri bidang Ilmu Komunikasi.
2. Membangun proses komunikasi strategis untuk media sosial mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi.
3. Merealisasikan kemampuan kreatif dalam membuat sebuah konten.

4. Mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi.
5. Melatih kemampuan dalam pengelolaan media social secara spesifik.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman bekerja di Instansi pemerintahan sebagai *social media specialist*.
2. Mampu memproduksi sebuah konten mulai dari perencanaan, produksi hingga evaluasi.
3. Memperoleh kesempatan untuk mengetahui program kerja yang biasa dilakukan oleh instansi.
4. Mendapatkan pengetahuan dan wawasan dalam dunia kerja terkait dengan
5. Mengetahui bagaimana membuat strategi pada social media dengan *audiens* yang spesifik.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

**Tempat : Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informatika**  
**Alamat : Jl. Kepala Dua Raya No. 49D Kebon Jeruk Jakarta Barat 11550**

Pusat Pelatihan dan Pendidikan (Pusdiklat) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) merupakan salah satu unit Organisasi di lingkungan Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Balitbang SDM) Kemkominfo. memiliki 3 area gedung sebagai kantor sekaligus sarana dan prasarana yang menunjang pelatihan yang terbagi menjadi gedung A, B dan C.

Pada 1 Januari 2005, melalui berbagai proses tercetus sebagai Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Departemen Komunikasi dan Informatika. ini mewadahi pelatihan bagi para Aparatur Sipil Negara (ASN) dengan mengadakan berbagai program. Praktikan melakukan Kerja Profesi pada gedung A di ruangan DLA. Praktikan melakukan Kerja Profesi pada sebagai *social media specialist*.

Alasan praktikan memilih Pusdiklat Kominfo karena praktikan ingin merasakan tantangan baru saat bekerja di suatu instansi terlebih dalam bidang komunikasi dan informatika. Serta praktikan memilih sebagai *social media specialist* dengan alasan ingin menambahkan pengalaman kerja di bidang

tersebut, ingin melatih kreatifitas di bidang Social Media yang memiliki target audiens secara khusus, serta ingin mempraktikan ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan pada masa perkuliahan.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kegiatan Kerja Profesi program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya mempunyai beberapa regulasi diantaranya mengharuskan praktikan untuk melakukan jam kerja selama minimal 400 jam yang dihitung selama tiga bulan. Praktikan melakukan kegiatan KP selama 67 hari dengan 7 (tujuh) jam per hari, jika dijumlahkan 469 jam dari tanggal 8 Juni 2022 sampai dengan 8 September 2022. Sebelum melakukan Kerja Profesi di Pusdiklat Kominfo, praktikan sudah melakukan beberapa kali mencari tempat untuk melakukan Kerja Profesi yang akan berlangsung diakhir bulan. Di bawah ini merupakan rincian waktu dan kegiatan yang dilakukan oleh praktikan selama periode Kerja Profesi.

**Table 1.1 Timeline Kerja Profesi**

No	Kegiatan	April				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	2	3	4
1	Pembuatan CV																								
2	Pencarian tempat KP																								
3	Pengiriman lamaran KP																								
4	Mengisi formulir dari kampus sebagai dokumen KP																								
5	Follow up tempat KP																								
6	Melengkapi dokumen untuk keperluan KP ke kantor																								



dari rekrutment. Namun praktikan menolak dengan baik karena sudah mendapatkan kejelasan dari dan Praktikan sudah mulai aktif bekerja secara WFO dan WFH, namun dominan *Work From Home*.

Pada tanggal 5 Juni 2022, Praktikan melengkapkan dokumen persyaratan KP yang dibutuhkan untuk dikumpulkan melalui link *One Drive* yang sudah disediakan seperti surat penerimaan KP yang dikomunikasikan ke pihak SDM Pusdiklat Kominfo.

Pada tanggal 17 Juni 2022, Praktikan meminta tandatangan untuk keperluan persyaratan KP kepada Kaprodi Ilmu Komunikasi dan pembimbing praktikan yang akan dikumpulkan dalam satu folder persyaratan Kerja Profesi.

Pada tanggal 12 Juli 2022, Praktikan mengikuti bimbingan Kerja Profesi pertama bersama dosen pembimbing yang berbicara mengenai laporan Kerja Profesi dan mengingatkan dokumen yang perlu disimpan melalui folder *one drive*.

Pada tanggal 16 Agustus 2022, Praktikan mengikuti bimbingan Kerja Profesi kedua bersama dosen pembimbing, membahas mengenai kendala-kendala yang dialami selama menjalani Kerja Profesi dan ketentuan dalam membuat laporan Kerja Profesi.

Pada tanggal 19 Agustus 2022, Praktikan mengumpulkan BAB I dan BAB II kepada dosen pembimbing agar dapat dikoreksi secara detail.

Pada tanggal 20,21,22 dan 23 Agustus 2022, praktikan mulai mengerjakan laporan BAB III sebelum diberikan kepada dosen pembimbing melalui personal chat untuk *crosscheck* secara detail. Sebelum akhirnya dikumpulkan dan dibahas untuk bimbingan pertemuan selanjutnya.

Pada tanggal 13 September 2022, praktikan mengikuti bimbingan ketiga Kerja Profesi yang membahas mengenai penyusunan BAB III dan dosen pembimbing memberikan masukan agar benar. Dalam bimbingan tersebut, praktikan harus menambahkan beberapa konsep agar menjadi acuan dalam membuat BAB III. Minggu kedua di bulan September ini, praktikan akan merencanakan untuk membuat BAB III dan BAB IV agar dapat direvisi sebelum akhir bulan september yang akan dikumpulkan secara keseluruhan isi laporan Kerja Profesi.