

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Media sosial sudah menjadi komponen terpenting dalam kehidupan sosial. Namun tidak hanya menjadi komponen bagi setiap individu saja, melainkan media sosial juga berpengaruh untuk sebuah perusahaan. Dengan media sosial ini perusahaan dapat terhubung dengan channel yang cukup luas oleh audiens. Dengan demikian perusahaan harus paham dengan pentingnya media sosial bagi perusahaannya.

Banyak peran penting yang dimiliki media sosial terhadap perusahaan, yang mana jika perusahaan tersebut dapat mengotimalkan fungsi dan peran media sosial dengan baik, maka akan menciptakan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dengan adanya media sosial pada perusahaan, maka dengan demikian perusahaan dapat menciptakan interaksi dengan audiensnya, sehingga jangkauan luas dapat dicapai sampai penjuru dunia. Banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan interaksi dengan cara yang menarik, sehingga interaksi tersebut dapat memberikan pengaruh besar bagi perusahaan, khususnya pada media sosial yang dimiliki (Gent & Co, 2021).

Media sosial yang dimiliki perusahaan, juga akan dapat membantu riset terhadap posisi kompetitor perusahaan, sehingga dapat menghadirkan inovasi serta strategi untuk mencapai tujuan. Selain itu perusahaan juga dapat melihat target pasar yang dapat diukur dengan target yang akan dicapai oleh perusahaan, sehingga hal tersebut dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk dapat memberikan strategi terbaik.

Dengan demikian media sosial memang harus dikelola secara efektif untuk kemajuan perusahaan. Dalam mengelola media sosial memang dibutuhkan beberapa proses, seperti menentukan tujuan strategi yang akan digunakan, sehingga kita dapat mengetahui serta menentukan tolak ukur yang lebih jelas. Kemudian dalam mengelola media sosial juga memikirkan konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial perusahaan, hal ini menjadi salah satu bentuk menciptakan interaksi yang tinggi antara perusahaan dengan pihak-pihak eksternal (Rasti, 2019).

Setelah melakukan menentukan sasaran dan merancang konten, hal lain supaya media sosial lebih terstruktur, maka pembuatan jadwal konten harus dilakukan, sehingga hal tersebut untuk menghindari kesalahan dalam mempublikasikan konten-konten yang sudah dibuat (Xendit, 2020).

Selain tahap di atas untuk mengelola media sosial secara efektif, maka ada hal yang sangat penting dalam pengelolaan media sosial perusahaan, yaitu harus adanya konsistensi, sehingga konten yang dibuat tidak akan terlalu kurang dan over, sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak dari audiens bagi media sosial perusahaan. Dengan demikian konten yang dibuat akan *terupdate* secara berkala, sesuai dengan *timeline* yang sudah dirancang (Ramadhani & Sasongko, 2014).

Di dalam pengelolaan media sosial, terdapat elemen dan peran penting pengelolanya, yang disebut *Social Media Specialist*. *Social Media Specialist* menjadi profesi di mana individu atau tim memiliki tanggung jawab yang besar dalam melakukan pengelolaan akun media sosial perusahaan (Redcomm, 2022). Dengan demikian tanpa adanya profesi tersebut, akan membuat perusahaan kesulitan dalam melakukan *branding*. Jadi posisi *social media specialist* sangat tidak boleh diremehkan. Selain itu fokus dari *social media specialist* yaitu pada pembuatan konten digital dengan kreatif serta menarik, sehingga dapat menciptakan interaksi tinggi dari audiens.

Seorang *social media specialist* tidak hanya berfokus dalam perancangan dan pembuatan konten saja, melainkan juga harus memiliki tanggung jawab penuh atas konten yang sudah dibuat dan dipublikasikan. Namun walaupun fokus terhadap pembuatan konten digital, bukan berarti *social media specialist* menciptakan konten secara asal, melainkan pembuatan konten harus didasari dengan dapat meningkatkan *engagement* dari media sosial perusahaan.

Adapun beberapa kriteria yang harus dipenuhi sebagai seorang *social media specialist*, seperti dengan sebutan *social media fluency*, yang mana ini merupakan individu harus dapat mengetahui media sosial yang akan digunakan, serta tidak boleh gagap akan teknologi dan paham akan *skill* desain yang baik, sehingga seorang *social media specialist* harus terus mengikuti perkembangan yang terjadi. *Social Media Specialist* juga perlu mempunyai komunikasi, pemikiran cepat, serta kemampuan manajemen waktu yang baik (Jessica, 2022).

Mempersiapkan konten yang baik dan menarik harus dibantu dengan target audiens dan jadwal konten yang jelas serta terstruktur. Proses komunikasi juga diperhatikan oleh posisi ini, karena *social media specialist* tak hanya membuat konten, melainkan dapat menciptakan interaksi tinggi dengan para pengikut media sosial akan mempengaruhi performa media sosial yang dikelola (Tokopedia, 2021). Namun tidak hanya itu, jenjang karir seorang *social media specialist* tidak hanya terkait pembuatan konten dan media sosial saja, melainkan juga terkait kemampuan lebih terkait *Social Media Marketing, Content Writer, SEO*, hingga *Performance Marketing* (Danacita, 2022).

Dengan demikian dari melihat peran dan jenjang karir seorang *social media specialist* membuat ketertarikan bagi praktikan dalam menjalankan program Kerja Profesinya. Program Kerja Profesi sendiri merupakan salah satu program yang dibentuk oleh institusi pendidikan, yang tujuannya adalah memberi bekal kepada mahasiswa/i untuk mengenal situasi kerja yang sesungguhnya.

- Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu institusi yang menjalankan program tersebut kepada mahasiswa/i nya. Program yang wajib dijalankan selama tiga bulan atau minimal 400 jam ini harus dilakukan oleh mahasiswa/i semester tingkat 6. Mahasiswa/i dibebaskan untuk melaksanakan kerja profesi pada instansi atau perusahaan, namun harus dijalankan sesuai dengan bidang perkuliahannya.

Dengan demikian praktikan yang berada pada bidang *Broadcasting Journalism* di perkuliahannya, mencoba mengenal situasi dunia kerja sebagai seorang *social media specialist* di Divisi Corporate Secretary, Social Media & Media Management, PT Media Nusantara Citra, yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media massa hingga jasa keuangan. Sehingga praktik Kerja Profesi di salah satu perusahaan terbesar ini praktikan dapat memperoleh pengetahuan serta pengalaman kerja, dengan demikian praktikan akan mempunyai kesiapan untuk menghadapi professional dunia kerja yang sebenarnya, khususnya pada bidang *Broadcasting Journalism*.

Pada Kerja Profesi di bagian *Corporate Secretary* PT Media Nusantara Citra, praktikan mengambil divisi *social media specialist* yang membawahi empat perusahaan yaitu MNC, RCTI, INEWS, dan GTV. Dari empat perusahaan tersebut praktikan praktikan memiliki tugas utama yaitu meriset, merancang, dan mengedit konten berita ataupun di luar berita, khususnya pada platform Instagram dan

TikTok. Praktikan lebih tepatnya mengelola Instagram dan TikTok dari MNC Portal Indonesia, yaitu MNC *Update* dan MNC *Newsroom*. Namun selain itu praktikan juga bertugas mengelola media sosial Instagram Podcast Aksi Nyata Dari Kamu Untuk Indonesia, yang dimana ini merupakan salah satu platform kampanye media sosial. Dalam mengelola media sosial, praktikan memulai tahap pertamanya adalah tahap perencanaan konten, yang mana terdiri atas riset dan pemaparan (Cutlip & Center, 2016).

Penerapan ilmu teori pada bidang kerja ini sangat dibutuhkan oleh praktikan dalam mengelola media sosial, berdasarkan pengalaman ilmu teori tersebut seperti pada mata kuliah Produksi Hubungan Masyarakat, Strategi dan Taktik PR, Hubungan Masyarakat *Online*, dan Manajemen Media. Dengan menerapkan ilmu teori tersebut, praktikan diharapkan dapat lebih siap untuk bekerja sesuai dengan bidang kerja yang didapatkan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

- 1) Mengetahui dunia kerja di industri media yang sebenarnya.
- 2) Mempelajari bagaimana merencanakan, merancang, memilih, dan mengedit konten menjadi berita yang menarik interaksi banyak audiens.
- 3) Meningkatkan wawasan pengetahuan terkait industri media massa khususnya pada sosial media.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- 1) Mendapatkan pengalaman kerja menjadi *Social Media Specialist* di perusahaan media.
- 2) Mendapatkan pengetahuan terkait merancang konsep, memilih berita, dan mengedit berita atau konten.
- 3) Mendapatkan pengalaman dan ilmu dalam industri media jurnalistik.
- 4) Mengembangkan kemampuan bekerja sama dengan orang lain atau kelompok.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan praktik Kerja Profesi yaitu di MNC *Corporation* atau *Group* yang berlokasi di MNC Tower Lt. 26, Jalan Kebon Sirih, Jakarta Pusat

10340, tepatnya di ruangan It 26. Pelaksanaan Kerja Profesi di MNC Tower divisi *Corporate Secretary*, PT Media Nusantara Citra yaitu dibagi beberapa sesi setiap minggunya, praktikan harus melakukan Kerja Profesi selama lima hari jam kerja, yang dimana dilakukan minimal tiga hari *Work From Office* (WFO) dan 2 hari secara *Work From Home* (WFO). Periode Kerja Profesi praktikan di perusahaan ini yaitu sejak 8 Juni 2022 hingga 8 September 2022.

MNC Corporation atau Group merupakan konglomerat media massa serta jasa keuangan, kantornya berpusat di Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta. MNC menjadi salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo pada 2 November 1989 dengan nama PT Bhakti Investama. Perusahaan ini tidak hanya bergerak di bidang media saja, namun juga bergerak seperti pada bidang properti, investasi, dan layanan digital.

Praktikan memilih MNC Corporation atau Group sebagai tempat Kerja Profesi khususnya MNC Update, MNC Newsroom, dan Podcast “Dari Kamu Untuk Indonesia” karena ingin mengetahui lebih dalam terkait dunia kerja bidang jurnalistik. Praktikan juga tertarik dengan suatu perancangan dan editing, yang dimana ingin mengetahui bagaimana seorang *Social Media Specialist* dalam membuat konten kepada audiens dengan menarik, baik, dan benar. Selain itu praktikan juga ingin memperdalam dan mendapatkan pengetahuan dari pengalaman kerja.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kerja Profesi menjadi salah satu syarat kelulusan mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya. Waktu yang ditentukan dalam syarat Kerja Profesi ini adalah bekerja dengan waktu minimal 400 jam dalam kurun waktu minimal 3 bulan.

Tabel 1.1 Pelaksanaan 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	Sosialisasi Kerja Profesi																								
2	Pembuatan CV, Cover Letter dan portofolio																								

magang, praktikan riset perusahaan melalui platform website maupun media sosial, selain itu praktikan juga menghubungi kaka tingkat dalam perekrutan magang. Selain itu praktikan juga mengirimkan CV serta portfolio ke perusahaan yang relevan dengan jurusan praktikan yaitu *broadcasting journalism*.

Setelah melalui dua minggu pencarian lowongan magang, akhirnya praktikan lolos *screanning* CV di PT MNC Corporation. Pada saat itu juga praktikan diminta untuk melakukan tahap wawancara bersama pihak MNC melalui *Zoom Meeting*. Berjalannya waktu 2 hari kedepan pada minggu pertama bulan Juni, praktikan mendapatkan informasi bahwa telah dinyatakan lolos tahap *interview*. Kemudian praktikan diminta untuk datang melengkapi berkas ke perusahaan tersebut pada tanggal 6 bulan Juni. Namun ada sedikit kendala, yang dimana pada tanggal tersebut praktikan masih menjadi panitia dalam acara kelulusan Universitas, akan tetapi hal tersebut bisa dikomunikasikan dengan baik dan akhirnya praktikan dapat mengubah jadwal untuk datang pertama kali ke kantor, yaitu pada tanggal 8 Juni 2022.

Pada tanggal 8 Juni 2022 dan pertama kali praktikan ke kantor yang berlokasi di Kebon Sirih, Jakarta Pusat, praktikan juga membawa dokumen-dokumen sebagai syarat dari Universitas dan perusahaan. Saat hari pertama di kantor praktikan diminta untuk memperkenalkan diri dan diberi penjelasan terkait proses kerja di MNC sebagai *Social Media Specialist*.

Proses kerja praktikan pada perusahaan ini adalah dilakukan selama 3 bulan kedepan dan dalam seminggunya dilakukan selama 5 hari, yang dimana praktikan akan menjalankan 3 hari *Work From Home* (WFH) dan 2 hari *Work From Office* (WFO). Selain itu jam kerja dalam 1 hari yang dilakukan praktikan adalah 8 jam, yang dimulai pukul 09.00-17.00. Namun ketika praktikan sudah menyelesaikan seluruh tugasnya dan mentor kerja memerintahkan untuk pulang, terkadang praktikan meninggalkan kantor dibawah jam 17.00.

Memasuki bulan Juli praktikan mendapat informasi dari dosen pembimbing Kerja Profesi untuk dapat memulai bimbingan dan penyusunan proposal laporan. Maka dengan itu praktikan mengajukan proses bimbingannya pada minggu kedua bulan Juli, bimbingan tersebut dilakukan secara *offline* di Universitas Pembangunan Jaya. Pembahasan yang dilakukan praktikan pada bimbingan tersebut adalah menceritakan terkait pekerjaan selama sebulan sebagai *Social Media Specialist* serta meminta konsultasi terkait penyusunan laporan. Kemudian

praktikan melakukan bimbingan kedua pada bulan Agustus pada minggu kedua, yaitu praktikan membahas dan berkonsultasi mengenai penyusunan bab 2, terkait struktur organisasi. Memasuki bulan September minggu kedua, praktikan juga melaksanakan bimbingan Kerja Profesi yang ketiga kalinya, yaitu mengenai penyusunan bab tiga laporan. Selain melakukan bimbingan mengenai penyusunan laporan proposal Kerja Profesi, praktikan juga melakukan konsultasi terkait pemenuhan administrasi untuk syarat kelulusan Kerja Profesi, bimbingan ini dilakukan pada minggu keempat bulan September. Dalam penyusunan laporan, praktikan sudah memulainya sejak bulan Juli, dan untuk waktu akhir penyusunannya adalah ditargetkan oleh dosen pembimbing Kerja Profesi pada 30 September 2022.