

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Saat ini seluruh masyarakat sudah dengan mudah mendapatkan berbagai macam informasi dari adanya internet, seperti media online dan media sosial. Menurut data dari We Are Social terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Februari 2022. Bahkan beberapa masyarakat sudah jarang mendapatkan informasi dengan melihat televisi dan radio lantaran lebih mudah mengakses media online. Tentunya dengan ada informasi yang diberikan melalui media online dan media sosial maka sangat memudahkan masyarakat mengetahui apa hal yang sedang terjadi di dunia luar bahkan disekitarnya.

Biasanya, informasi yang disajikan melalui media sosial lebih menampilkan adanya visualisasi seperti video dan juga foto. Sedangkan untuk informasi yang disampaikan melalui website biasanya berbentuk artikel dengan tambahan foto sebagai *cover*. Artikel sendiri merupakan sebuah esai yang rinci yang dibuat kemudian dipublikasikan melalui media cetak dan media elektronik, yang dimaksudkan untuk menyuguhkan sebuah ide dan fakta yang kredibel, mendidik, serta menghibur pembaca (Kurniawan, 2021). Dengan adanya artikel di website tentu bukan hanya membantu masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi namun juga membantu beberapa perusahaan dalam mencapai *goals* nya sebagai perusahaan media.

Banyak peran penting yang dimiliki oleh media sosial dan website terhadap sebuah perusahaan, yang mana jika perusahaan tersebut dapat mengoptimalkan fungsi juga peran media sosial dengan baik dapat melahirkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Melalui media sosial dan website yang aktif bisa menciptakan kedekatan dengan para audiensnya. Bahkan unggahan informasi melalui Instagram bisa menambah pengetahuan bagi masyarakat luas dengan berbagai macam informasi yang disajikan beserta visualisasinya yang menarik.

Dengan demikian media sosial dan website perusahaan tentu harus dikelola secara baik supaya bisa mendapatkan *goals* yang diinginkan oleh perusahaan. Salah satu proses untuk mendapatkan *goals* yaitu dengan mempublikasikan sebuah konten di media sosial dan artikel untuk di website yang

tentunya juga melalui beberapa tahapan. Dalam pengelolaannya pun harus ditentukan apa sekiranya konten yang ingin dipublikasikan, yang mana hal tersebut menjadi salah satu bentuk menciptakan interaksi yang tinggi antara perusahaan dengan pihak eksternal atau stakeholder (Rasti, 2019).

Media saat ini juga tentu sudah sangat dengan mudah memberikan informasi bahkan untuk mempersuasi khalayak nya hanya dengan menyampaikan sebuah informasi di media sosial atau website perusahaan media tersebut. Saat ini sebagian besar media yang berada di Indonesia sangat memiliki kekuatan untuk bisa menarik perhatian masyarakat. Seluruh masyarakat saat ini dengan mudah bisa mempercayai informasi yang disampaikan dari sebuah media hanya dengan melihat informasi yang diberikan secara cepat dan akurat. Media di Indonesia tentu memiliki tahta yang tinggi dalam penyampaian informasi melalui website maupun media sosial lantaran saat ini masyarakat mengakses informasi hanya dengan menggunakan sebuah gawai di tengah kesibukan aktivitas yang dilakukan.

Pembuatan website tentu menjadi hal yang penting bagi seorang Content Creative yang mana seorang Content Creative harus mengetahui keseluruhan kegiatan yang terjadi di media sosial dan juga website. Content creative merupakan seseorang yang berada di balik sebuah konten media sosial atau artikel website. Tentunya seorang content creative yang berada di sebuah perusahaan media menjadi sosok yang penting lantaran mengatur dan membuat seluruh konten untuk dipublikasikan ke publik atau audiensnya supaya bisa mendapat *engagement* yang baik.

Seorang content creative tentu bertanggung jawab atas seluruh konten yang ia buat baik gambar, tulisan, maupun video yang diletakkan di website juga media sosial. *Soft skill* dan *hard skill* dari seorang content creative yakni mampu untuk melakukan riset, mengolah sebuah data dan fakta yang nantinya akan dijadikan sebuah artikel untuk dipublikasikan ke masyarakat, juga bagaimana ia mampu untuk berpikir kritis di waktu yang singkat dan mendesak. Tentu kriteria tersebut sangat dibutuhkan pada seorang content creative sebagai seseorang yang berada di balik konten dan artikel media perusahaan. Setiap perusahaan yang memiliki media sosial maupun website juga membutuhkan seorang content creative supaya informasi yang disampaikan kepada publiknya bisa tersampaikan dengan baik dan memenuhi kebutuhan perusahaan.

Sebagai seorang content creative juga harus mampu melihat situasi yang berada di sekitar sekiranya informasi atau permasalahan apa yang sedang terjadi, seperti mengikuti perkembangan yang terjadi. Setelah bisa untuk melihat permasalahan yang terjadi di sekitar, seorang content creative mampu melakukan riset untuk mendapatkan informasi tersebut secara rinci dan mampu mengolah data yang sudah ditemukan tersebut menjadi sebuah artikel atau informasi yang utuh dan siap untuk disampaikan kepada masyarakat luas.

Namun setiap media juga memiliki persaingan yang ketat ketika membagikan informasi dari sudut pandang dan ciri khas mereka masing-masing. Tentu setiap media berlomba-lomba untuk membagikan informasi yang aktual supaya bisa menarik masyarakat dari audiens media lain untuk mau membaca artikel atau informasi yang disampaikan oleh media sendiri. Terutama media yang menampilkan informasi mengenai dunia *entertain* tentu sangat banyak dan beberapa diantaranya sudah memiliki nama yang besar seperti Insert. Namun untuk kompetitor heboh.com sendiri selain Insert terdapat viva.co.id, matamata.com, suara.com, wolipop.com, ussfeed, folkative, dan lain sebagainya.

Dari adanya prospek atau jenjang karir seorang content creative memunculkan adanya ketertarikan bagi praktikan untuk melakukan program Kerja Profesinya. Program Kerja Profesi sendiri merupakan salah satu program yang dibuat oleh institusi pendidikan salah satunya Universitas Pembangunan Jaya yang tujuannya untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk mengenal dunia kerja yang sesungguhnya.

Sebagai salah satu institusi pendidikan yang mengadakan program Kerja Profesi ini, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan seluruh mahasiswa semester 6 untuk mengikuti program Kerja Profesi selama tiga bulan dan dengan minimal 400 jam kerja. Namun setiap mahasiswa dibebaskan untuk memilih tempat Kerja Profesi tersebut pada sebuah instansi atau perusahaan yang tentunya juga harus sejalan dengan bidang kerja dan minor saat di perkuliahan.

Pada akhirnya praktikan yang memilih minor Public Relations pada perkuliahan memilih untuk melakukan program Kerja Profesi sebagai seorang content creative pada divisi Content di PT. Kreatif Heboh Indonesia (Heboh.com). Heboh.com sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *entertainment* dan memiliki fokus untuk membagikan berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh audiensnya. Maka dari itu praktikan bisa mendapatkan pengalaman kerja di

bidang media yang harus selalu memberikan informasi akurat kepada audiensnya. Yang mana tentu pekerjaan ini juga sejalan dengan minor yang praktikan ambil yaitu Public Relations lantaran seorang content creative juga membuat *content plan* yang mana pembelajaran tersebut diberikan saat masa perkuliahan sebelumnya.

Pada program Kerja Profesi sebagai content creative di divisi content heboh.com praktikan memiliki tugas utama yaitu proses perencanaan, riset, kemudian menulis artikel untuk dipublikasikan di website dan Instagram. Namun selain itu, praktikan juga memiliki tugas tambahan yaitu menulis naskah video, menjadi talent di Reels Instagram, video TikTok, live Instagram, dan YouTube, serta membantu memproduksi dan mengedit video WingShop. Yang mana praktikan selalu menyelesaikan tugas utama maupun tugas tambahan dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan arahan yang diberikan oleh Head of Content.

Penerapan teori pada bidang kerja ini sangat dibutuhkan oleh praktikan dalam membuat sebuah artikel website dan media sosial, yang mana berdasarkan pengalaman teori tersebut seperti ada pada mata kuliah Produksi Hubungan Masyarakat, Strategi Taktik PR, Jurnalisme Online, dan Komunikasi Media Baru. Dengan menerapkan teori-teori tersebut praktikan diharapkan dapat lebih siap untuk melakukan Kerja Profesi sesuai dengan bidang kerja yang didapatkan.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

1. Merasakan bekerja secara langsung di perusahaan dengan ranah Ilmu Komunikasi.
2. Mempelajari pemilihan kosa kata dalam membuat sebuah artikel.
3. Mendapatkan aktivitas yang sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi yaitu *Content Planner*, *Copywriter*, dan monitoring media.
4. Mengasah kreativitas, *hard skill* dan *soft skill*.
5. Mempelajari proses, riset, produksi, dan evaluasi artikel.
6. Melatih keterampilan dalam menulis atau merangkai kata.
7. Mempelajari cara memproduksi sebuah konten yang baik.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi**

1. Mendapatkan pengalaman bekerja dalam perusahaan media.

2. Menambah kemampuan dalam membuat sebuah artikel yang baik untuk website dan Instagram dengan menghadirkan konten yang menarik.
3. Menambah kemampuan dalam membuat konten kreatif untuk media sosial.
4. Melatih untuk menemukan dan mengidentifikasi berbagai masalah yang memungkinkan muncul dalam dunia kerja nantinya.
5. Memperoleh pengalaman menjadi *Content Planner*, *Copywriter* juga *Content Creative* dalam membuat sebuah konten.
6. Mempelajari proses pembuatan strategi konten.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melakukan kerja profesi di perusahaan bernama Heboh.com (PT Heboh Kreatif Indonesia) yang bertempat di Jl. Blora No.7, RT.2/RW.6, Dukuh Atas, Menteng, Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Heboh.com sendiri merupakan perusahaan media *online* yang memberikan berbagai informasi bagi masyarakat di bawah naungan perusahaan E-Motion Entertainment. Sebagai perusahaan media, heboh.com akan memberikan berbagai informasi aktual dan *fresh*, dari berbagai macam bidang. Heboh.com akan mendapatkan sebuah informasi melalui proses riset yang kemudian diproduksi dengan menyusun kosa kata dengan baik.

Alasan praktikan memilih heboh.com untuk melaksanakan program kerja profesi karena adanya ketertarikan untuk bekerja dalam industri media. Selain itu juga lebih ingin mengetahui secara cepat terkait informasi apa saja yang sedang ramai diperbincangkan publik. Bukan hanya itu praktikan juga ingin mempelajari bagaimana perkembangan industri kreatif serta menjadi lebih mendalami dan mengetahui industri di bidang ini karena menyesuaikan dengan jurusan Ilmu Komunikasi. Memasuki era yang semakin terdigitalisasi, ranah media sosial sangat berpengaruh bagi *branding* sebuah perusahaan. Seorang social media specialist, content writer, dan content creative tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan ataupun organisasi, namun seorang influencer, selebriti, *public figure* juga membutuhkan kinerja dari adanya social media specialist, maupun content creative. Mereka mencoba untuk membangun citra dan popularitas publik karena dianggap sebagai pertahanan karir mereka di dunia entertain. Oleh karena itu peran social media specialist, content writer dan content creative sangat diperlukan dalam membangun citra di depan publik di waktu yang akan datang (Topkarir, 2021).

Bukan hanya itu, heboh.com juga memiliki banyak kerjasama yang baik dalam menaikkan media sosial, website, dan beberapa kerjasama lainnya. Seperti yang diketahui bahwa heboh.com berada di bawah naungan E-Motion yang mana telah menghasilkan nama-nama hebat seperti Titi DJ hingga Juicy Luicy. Secara tidak langsung heboh.com juga menaungi nama-nama mereka tersebut di ranah media sosial. Maka dari itu praktikan memilih heboh.com sebagai tempat kerja profesi, yang mana juga mendukung praktikan sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi. Hal ini tentunya menjadi penting dan menarik untuk menambah pengalaman dan wawasan praktikan di media dengan membuat berbagai konten selama menjalankan kerja profesi.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

| No | Kegiatan                              | BULAN |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
|----|---------------------------------------|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|
|    |                                       | 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  | Proses pembuatan CV                   | ■     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 2  | Mencari tempat kerja profesi          |       | ■ |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 3  | Mengirimkan CV ke heboh.com           |       |   | ■ |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 4  | Mendapatkan undangan                  |       |   |   | ■ |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 5  | Melakukan proses interview            |       |   |   | ■ |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 6  | Diterima di heboh.com                 |       |   |   |   | ■    |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 7  | Membuat surat pengantar kerja profesi |       |   |   |   |      | ■ |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 8  | Melengkapi berkas kerja profesi       |       |   |   |   |      | ■ |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| 9  | Pelaksanaan kerja profesi             |       |   |   |   |      |   | ■ | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ | ■       | ■ | ■ | ■ | ■         | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 10 | Membuat laporan kerja profesi         |       |   |   |   |      |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ | ■       | ■ | ■ | ■ | ■         | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 11 | Pengumpulan laporan kerja profesi     |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   | ■ |

Gambar 1.1 Tabel Pelaksanaan Kerja

Pada awal bulan Mei praktikan membuat CV yang baik supaya menarik perhatian perusahaan yang diincar demi memenuhi mata kuliah kerja profesi. Praktikan mencari tempat magang melalui Instagram, LinkedIn, dan berbagai laman lowongan lainnya untuk mencari perusahaan yang sedang membuka lowongan magang dan bisa menerima praktikan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.

Setelah membuat CV yang menurut praktikan sudah sesuai dengan kriteria perusahaan yang diinginkan, praktikan mencoba untuk mengirimkan berkas lamaran ke beberapa tempat untuk menunggu panggilan *interview* dan menunggu konfirmasi dari pihak perusahaan. Setelah menunggu beberapa waktu dan pada akhirnya ada beberapa perusahaan yang mengajukan jadwal *interview*, praktikan diterima di beberapa perusahaan tersebut dan pada akhirnya memilih untuk melakukan kerja profesi di Heboh.com. Setelah diterima, praktikan melengkapi berkas-berkas yang harus dikirim ke perusahaan sebagai prasyarat.

Pada pertengahan Juni 2022 praktikan memulai kerja profesi di Heboh.com dengan sepenuhnya melakukan sistem *work from office*. Dalam pengerjaan magang tersebut praktikan selalu mendapat bimbingan dari pembimbing kerja secara langsung. Setiap meeting yang diadakan bergantung dengan situasi yang mana terkadang melalui Google Meeting dan terkadang dilaksanakan secara langsung di kantor.

Selama melakukan kerja profesi sebagai *Content Creative*, selain mengerjakan pekerjaan yang sudah seharusnya, praktikan berkesempatan untuk ikut serta menjadi host di live Instagram heboh.com yang berkolaborasi dengan Bigu Festival, membuat video konten untuk mempromosikan artikel di website Heboh.com, juga membuat video promosi di TikTok wingshop sebanyak empat kali seminggu.

Dalam pelaksanaan kerja profesi, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa yang melakukan kerja profesi dilakukan paling sedikitnya 400 jam atau setara dengan 3 bulan kerja. Praktikan melakukan kerja profesi ini terhitung sejak tanggal 13 Juni hingga 13 September 2022 dengan jam kerja 8 jam per hari. Maka praktikan sudah melakukan kerja profesi lebih dari waktu yang telah ditentukan oleh pihak Universitas yaitu dengan total 752 jam kerja.