

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung selama hampir tiga tahun ini memberikan dampak yang sangat mempengaruhi kehidupan sosial-ekonomi masyarakat. Pandemi ini memberikan ancaman krisis ekonomi dan dampak besar pada dunia pekerjaan di Indonesia. Menurut riset yang dilakukan oleh SMERU Research Institute, jumlah pengangguran di Indonesia meningkat sebanyak 2,3 juta orang. Hal ini dikarenakan perusahaan memperkejakan lebih sedikit orang akibat adanya pandemi Covid-19. Kondisi pandemi Covid-19 ini memperberat upaya para pencari kerja untuk memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan yang mereka miliki. Hal ini berawal dari banyaknya perusahaan yang melakukan pengurangan karyawan besar-besaran, dan perusahaan juga tidak membuka lowongan pekerjaan untuk sementara waktu.

Maka dari itu, dunia pendidikan terutama perguruan tinggi memiliki peran yang sangat penting untuk menciptakan lulusan baru yang berkompeten, memiliki skill, pengalaman, hingga pengetahuan sesuai bidangnya. Masa perkuliahan merupakan sebuah aktivitas utama yang harus dilakukan oleh mahasiswa selama proses pembelajaran di perkuliahan. Bagi seorang mahasiswa, dunia pekerjaan dapat mengembangkan berbagai *soft skill* dan *hard skill* yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan. Mahasiswa membutuhkan pengalaman pekerjaan yang akan memberikan berbagai peluang besar untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik di kemudian hari. Dengan memiliki pengalaman pekerjaan mahasiswa yang telah lulus dari perkuliahan akan dengan mudah dalam mendapatkan pekerjaan.

Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang mewajibkan mahasiswanya untuk melaksanakan Magang atau Kerja Profesi. Kerja Profesi menjadikan sebuah wadah untuk mendapatkan kesempatan lebih banyak sesuai dengan *soft skill* dan *hard skill* yang mereka miliki. Kerja profesi atau juga bisa disebut sebagai kegiatan magang penting untuk dilakukan oleh mahasiswa. Kerja Profesi sebagai mata kuliah yang dijadikan syarat kelulusan dengan bobot 3 (tiga) sks dan mata kuliah ini dilakukan oleh mahasiswa yang berada pada semester 6 (enam). Kerja Profesi ini dilakukan selama minimal 400

(empat ratus) jam dengan maksimal 8 (delapan) jam kerja per hari nya. Kegiatan Kerja Profesi ini mengurangi adanya potensi kurangnya pengalaman bekerja dan kemampuan dalam berkomunikasi secara profesional. Maka dari itu, kemampuan yang dimiliki oleh para *fresh graduate* dalam memenuhi syarat kualifikasi lamaran pekerjaan perusahaan tidak hanya dalam bidang akademis.

Kegiatan magang atau Kerja Profesi ini dapat menambah wawasan dan meningkatkan kualitas mahasiswa (Universitas Pembangunan Jaya Buku Pedoman Kerja Profesi, 2020). Adanya Kerja Profesi yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UPJ terlebih khusus pada minor Broadcasting Journalism, dapat menambahkan *soft skill* dan *hard skill* mahasiswa yang selama ini telah di asah selama masa perkuliahan.

Selama berada di masa perkuliahan, mahasiswa mendapatkan pengetahuan yang dapat diterapkan dan diaplikasikan pada bidang yang lebih profesional seperti layaknya bekerja di sebuah perusahaan. Hal ini dapat menambah pengalaman yang mendukung potensi di lingkungan pekerjaan. Dalam dunia pekerjaan dapat meningkatkan *soft skill* diri yang menjadi sebuah tolak ukur bagi para mahasiswa untuk bergabung ke perusahaan. Adanya Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) memang diperlukan dalam dunia pekerjaan, namun hal tersebut hanya tolak ukur dalam bidang akademik. Ketika memasuki dunia kerja, mahasiswa juga dituntut untuk memiliki keterampilan dan pengalaman. Seseorang yang memiliki banyak pengalaman kerja dan sudah lama bergabung di dunia industri, biasanya sudah sanggup menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan yang terjadi di dunia industri. Pengalaman yang dimiliki tersebut dapat dijadikan sebagai pengalaman dalam pemecah masalah dan tantangan yang dihadapi selama berkecimpung di dunia industri.

Berkembangnya industri media sejalan dengan adanya perkembangan teknologi dan komunikasi. Media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Media merupakan hal penting bagi masyarakat (Rifdah, 2017). Melihat berkembangnya industri media, membuat segala hal menjadi mudah diakses, termasuk informasi yang menjadi semakin mudah untuk didapatkan.

Di era digitalisasi saat ini, banyak perusahaan maupun organisasi yang mengembangkan media sebagai wadah komunikasi dengan cara memberikan informasi yang berkualitas. Sebagai media untuk menyampaikan informasi, tentu membutuhkan sebuah pengelolaan yang baik. Hal ini dilakukan agar informasikan

yang akan disampaikan dapat dimengerti oleh audiens yang dituju. Perusahaan maupun organisasi tentu nya membutuhkan seseorang yang berkompeten dalam melakukan perencanaan hingga produksi informasi melalui media yang dimiliki, agar dapat dikomunikasikan kepada para audiens.

Humas di era industri digitalisasi saat ini sangat berperan penting yang dijadikan sebagai media penghubung pesan. Peran humas menjadi sangat penting akibat adanya revolusi komunikasi (Ulfa, Hidriani. 2021). Dalam kehidupan masyarakat sekarang ini, kegiatan humas merupakan sebuah kebutuhan. Humas akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan yang berlangsung bersama dengan adanya hubungan dalam masyarakat. Perkembangan komunikasi di era digital menuntut praktisi humas untuk dapat beradaptasi dengan memanfaatkan media baru untuk menjangkau dan menjalin komunikasi yang efektif dengan khalayak nya (Ulfa, Hidriani. 2021).

Seiring dengan berkembangnya komunikasi di era digital yang menuntut para praktisi humas untuk beradaptasi dalam memanfaatkan media baru, dibutuhkan peran seorang PR Digital yang menjadi salah satu bagian dari kegiatan praktisi humas ketika beradaptasi dari penggunaan teknologi komunikasi. PR digital saat ini menjadi sebuah bentuk dengan adanya perkembangan dan kemunculan media baru yang di dalamnya mengandung praktik media ditengah maraknya penggunaan teknologi digital dan komputer. Kehadiran PR Digital menjadi sebuah jawaban bagi berbagai pihak, khususnya bagi perusahaan, organisasi, maupun instansi pemerintahan yang menggunakan dan mengelola media baru sebagai bagian dari kegiatan kehumasan mereka.

PR Digital, khususnya dalam instansi pemerintahan harus mampu untuk menggunakan perangkat digital yang tengah berkembang seiring berjalannya waktu di lingkungan khalayak luas. PR Digital dalam instansi pemerintahan berperan dalam menjalankan strategi kehumasan. PR Digital instansi pemerintahan juga berperan dalam mempertahankan stabilitas instansi dari krisis dan lingkungan kerja yang kondusif.. PR Digital dalam instansi pemerintahan tidak luput serta dari reputasi dan citra yang artinya bahwa citra positif berkaitan langsung dengan akses khalayak luas terhadap output yang didapatkan oleh instansi pemerintahan tersebut.

PR Digital berperan penting dalam menjaga citra positif perusahaan, organisasi, bahkan instansi pemerintahan melalui penggunaan media baru. Salah

satu bentuk media baru yang terus berkembang di masyarakat dan digunakan sebagai pemanfaatan media komunikasi di era digital saat ini adalah sosial media. Kehadiran sosial media dapat mengubah seseorang dari seorang pembaca konten menjadi seorang penerbit konten. Keberadaan sosial media menggunakan saluran sosial yang beragam dan luar jaringan yang dijadikan sebagai saluran utama. Sosial media dapat dijadikan sebuah tempat untuk membangun branding yang baik bagi organisasi atau perusahaan agar dapat dengan mudah mencapai target audiens. Dalam mengelola sosial media diperlukan seseorang yang ahli. Seorang *social media specialist* sangat berperan penting dalam pengelolaan sosial media terutama pada pembuatan branding yang baik bagi perusahaan, organisasi, maupun instansi pemerintahan.

*Social media specialist* merupakan pekerjaan yang memiliki tanggung jawab akan pengelolaan sosial media hingga pembuatan dan publikasi konten. Seorang *social media specialist* bertugas untuk mengurus platform sosial media dan dituntut untuk memproduksi konten yang bervariasi. *Social media specialist* juga bertugas untuk melakukan pembuatan dan menerbitkan konten di sosial media, hingga melakukan analisa pada metrik analitik sosial media guna melihat dan mengukur performa sosial media. Seorang *social media specialist* harus mengerti bagaimana karakteristik dari masing-masing sosial media yang dikelola. Dengan mengerti dan memahami karakteristik sosial media, akan mempermudah *social media specialist* dalam membangun branding perusahaan, organisasi, maupun instansi pemerintahan yang menjadi lebih dekat dengan audiens mereka.

Tentunya dalam menjadi *social media specialist* memiliki berbagai tantangan dalam mengelola sosial media. Sosial media yang menjadi wadah komunikasi dan bertukar informasi dengan sesama pengguna secara *online* merupakan hal yang paling utama. Tantangan terberat seorang *social media specialist* adalah ketika memiliki target *followers* dan *engagement*. Sehingga, seorang *social media specialist* dituntut untuk mempertahankan interaksi dengan audiens di sosial media secara stabil dan tidak menurun tingkatnya. *Followers* dan *engagement* yang ada di sosial media milik perusahaan, organisasi, atau instansi pemerintahan yang dikelola *social media specialist* ini harus tetap naik. *Engagement* yang dimaksud ini termasuk jumlah like, komen, dan *share* dari setiap sosial media.

Berdasarkan seluruh pemaparan tersebut, praktikan mendaftarkan diri ke Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika RI sebagai *Social media specialist*. Praktikan melihat perkembangan digital yang kian berkembang juga ikut diterapkan pada Kementerian Kominfo. Kementerian yang merupakan bagian dari perangkat pemerintah ini menggunakan sosial media yang dijadikan sebagai alat penyebaran informasi kepada para masyarakat. Praktikan melihat Kementerian Komunikasi dan Informatika berfokus dalam melakukan percepatan pemerataan infrastruktur digital berupa akses telekomunikasi dan jaringan internet. Praktikan memilih Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika RI sebagai tempat pelaksanaan Kerja Profesi juga turut dilatarbelakangi oleh perkembangan era digital yang sangat pesat hingga membutuhkan seseorang dengan keahlian dalam sosial media untuk melengkapi kebutuhan dalam bidang komunikasi.

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

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai *Social media specialist* di Biro Humas Kementerian Kominfo RI:

- 1) Mempelajari kegiatan content creator dan content writer
- 2) Mempelajari proses pembuatan strategi konten
- 3) Menambah pengalaman pekerjaan dalam bidang content creator
- 4) Mempelajari cara memproduksi konten yang baik

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai *Social media specialist* di Biro Humas Kementerian Kominfo RI:

- 1) Mampu membuat perencanaan konten sosial media
- 2) Mampu membuat laporan sosial media analitik dalam mengukur performa sosial media
- 3) Memperoleh pengetahuan mengenai strategi perencanaan sosial media
- 4) Meningkatkan wawasan, keterampilan, dan pengetahuan dalam dunia kerja dan memberikan pengalaman kerja

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan yakni pada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Biro Hubungan Masyarakat. Kementerian Kominfo sendiri merupakan perangkat Pemerintah Republik Indonesia sesuai Undang-Undang No. 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara. Kementerian Kominfo membidangi urusan informasi dan komunikasi. Kementerian Kominfo bertugas dalam penyelenggaraan kegiatan pemerintah di bidang komunikasi dan informatika dalam membantu Presiden untuk pelaksanaan pemerintahan negara. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) sejak tanggal 23 Oktober 2019 oleh Johnny Gerard Plate (Kominfo, 2019).

Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 6 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, terdiri dari 7 Unit Kerja, yang terdiri dari Sekretariat Jenderal, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Inspektorat Jenderal.

### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																				
		Mei				Juni				Juli				Agust				Sept				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Membuat berkas CV dan Portofolio																					
2	Mengirimkan CV ke sejumlah perusahaan																					
3	Mencari beberapa alternatif tempat magang																					
4	Mengajukan Surat Pengantar Kerja Profesi																					



administrasi dan juga sebagai bukti bahwa praktikan sedang mengikuti Kerja Profesi di Biro Humas Kementerian Kominfo RI.

Pada pertengahan Juni 2022, praktikan mulai melakukan Kerja Profesi di Biro Humas Kementerian Kominfo RI. Selama melakukan Kerja Profesi, praktikan diberikan jadwal piket untuk pembagian *work from office* dan *work from home*. Praktikan melakukan Kerja Profesi secara *work from office* pada hari Senin dan Kamis, kemudian sisa hari kerja lainnya dilakukan secara *work from home*. Adanya pembagian jadwal piket ini ditujukan untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19 yang meningkat di pertengahan bulan Juli 2022.

Selama melakukan Kerja Profesi sebagai *Social media specialist*, praktikan mengerjakan beberapa proyek yang diantaranya membuat konsep Live TikTok di akun Kementerian Kominfo tentang Fresh Graduate Academy (FGA), membuat laporan analitik performa untuk sosial media Siaran Digital Indonesia. Praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dengan total 400 jam kerja. Total jam kerja tersebut, setara dengan 3 bulan waktu kerja.