

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dalam pengertian umum usaha pemerintah dalam dalam penanganan angka pengangguran di Indonesia dapat dibilang cukup berhasil, terutama dalam penyediaan lahan pekerjaan walaupun tidak bisa mencakup semua. Berdasarkan dari data BPS RI di 10 tahun terakhir tingkat penurunan jumlah pengangguran di Indonesia bisa dibilang tinggi. Jika kita mengacu dalam permasalahan tenaga kerja dan pengangguran tersebut, maka perlu adanya pembahasan tentang permasalahan yang menjadi faktor penghambat dalam menciptakan lapangan pekerjaan, yang mana dapat menjadi salah satu faktor peningkatan dalam mempercepat tumbuhnya ekonomi di Indonesia (S. Ahmad, 2017)

Seperti yang kita ketahui bahwa angka kenaikan jumlah pengangguran di Indonesia meningkat karena dampak dari PHK besar-besaran semenjak Covid-19 muncul di tahun 2020. Kategori pengangguran di Indonesia dinilai dari masyarakat yang sudah siap untuk masuk ke dunia kerja namun nyatanya tidak memiliki pekerjaan sama sekali. Fenomena pengangguran di Indonesia menjadi masalah di setiap tahunnya, karena banyak dari masyarakat Indonesia dalam usia produktif dan siap bekerja namun tidak memiliki pekerjaan sama sekali. Fenomena pengangguran di Indonesia ini juga pastinya disebabkan oleh ketidak seimbangan lapangan pekerjaan yang ada di Indonesia. Banyak juga dari mereka yang membuka lapangan pekerjaan namun memberikan batas terhadap masyarakat dengan pendidikan tertentu. Masyarakat dari batas Pendidikan tertentu pun pastinya harus lebih bersaing dalam berusaha mendapatkan sebuah pekerjaan (Rusman, 2021)

Adanya karantina gangguan mobilitas masyarakat selama Covid-19 sangat membawa dampak mendadak bagi para pekerja dan perusahaan di Indonesia. Rata-rata masyarakat yang terkena dampak kehilangan pekerjaan adalah para pekerja yang memang sudah rentan di bidangnya seperti pelayan toko, pramusaji, pekerja lepas dan petugas kebersihan. Para pekerja yang diketahui memang menanggung beban hidupnya dari pendapatan hariannya. Para pekerja juga semakin tergerus dalam hal finansial juga yang paling parah adalah hal Kesehatan (Syahrial, 2020). Dampak dari Covid-19 pun mulai terasa pada para pekerja di

Indonesia. Terlebih lagi banyak perusahaan yang terpaksa melakukan PHK untuk mengurangi jumlah karyawan karena tidak mampu lagi untuk membayar mereka. Terpaksa, beberapa pekerja pun dirumahkan hingga diputus kontrak. Hal ini menjadi faktor melonjaknya angka pengangguran di Indonesia. Lingkungan kerja di dunia yang terus berkembang, menjadi semakin maju, dan juga setiap individu dituntut agar dapat mengembangkan *soft skill* dan juga bersaing dengan individu lain agar mendapatkan kesempatan dalam dunia kerja.

Teknologi digital merupakan sebuah teknologi informasi yang selalu mengutamakan seluruh kegiatan yang pada dasarnya dilakukan secara computer atau digital dibandingkan dengan penggunaan tenaga manusia. Teknologi digital cenderung lebih berfokus kepada sistem pengoperasian yang serba cepat dan otomatis. Dengan majunya teknologi digital juga berdampak dengan kualitas dan efisiensi kapasitas data yang dibuat ataupun harus dikirimkan. Tidak hanya itu, teknologi digital juga berpengaruh pada semakin praktisnya kehidupan manusia dan kecepatan mengirim data informasi (Danuri, 2019). Perkembangan teknologi digital juga memperluas lapangan pekerjaan yang ada di dunia. Masyarakat pun mau tidak mau harus dapat berkembang seiring dengan perkembangan teknologi digital.

Media Sosial juga memberikan kesempatan bagi setiap usaha untuk mengekspresikan usaha mereka dengan bebas. Dengan mengikuti trend yang sedang berlangsung, pastinya Media Sosial dengan mudah dapat membantu sebuah usaha untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Media Sosial juga dapat membantu mereka untuk menggapai customer dari lain daerah dari usaha itu sendiri. Dari beberapa penggunaan Media Sosial untuk sebuah usaha tersebut, maka dari itu penting untuk mengelola Media Sosial agar dapat membantu mempromosikan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Sebuah usaha juga harus menyebarkan konten di Media Sosial yang mana harus memiliki nilai agar dapat membantu *upselling* produk atau jasa yang ditawarkan (Cahyono, 2016)

Perkembangan teknologi yang diakui cukup pesat ini menemukan sebuah platform yang dapat memungkinkan setiap orang di dunia dapat terhubung dari satu dengan yang lain. Pada saat ini, Facebook, Twitter dan Instagram merupakan media sosial yang sangat cepat perkembangannya. Ketiga media sosial tersebut tidak hanya menjadi wadah untuk berbagi informasi, namun juga bisa dijadikan

wadah untuk mempromosikan produk dan menjadi salah satu strategi marketing dalam meningkatkan penjualan (Arifah.F.N, 2015).

Penggunaan media sosial memungkinkan para mahasiswa untuk saling berkomunikasi dan terlibat proses ajar mengajar di kampus. Dalam interaksi ini, mahasiswa berinteraksi dalam konten pembelajaran yang telah diupload oleh dosen. Kampus juga mengeluarkan materi pembelajaran berbasis web Pendidikan. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk bisa mengakses materi pembelajaran secara fleksibel dan praktis (Hamzah,R.E, 2015). Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya juga aktif menggunakan *E-learning* yang memungkinkan para mahasiswa dapat mengakses materi yang telah diberikan dosen kapanpun dan dimanapun. Kemudahan inilah yang bisa dimanfaatkan mahasiswa agar dapat lebih mendalami ilmu-ilmu yang telah diberikan di kelas sebelumnya.

Kegiatan belajar mengajar yang telah dilakukan di kampus ternyata belum cukup menjadi bekal untuk nantinya digunakan pada saat memasuki ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya, karenanya dibutuhkan sebuah kegiatan yang mana dapat menempatkan Mahasiswa berada di dalam situasi dan lingkup dunia kerja yang sesungguhnya (Pascaramadhanu, 2016) Di Universitas Pembangunan Jaya, khususnya pada Jurusan Ilmu Komunikasi telah memiliki program yang mana menjadi sebuah mata kuliah wajib yang bernama Kerja Profesi. Kerja Profesi merupakan salah satu bentuk pendidikan dimana memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa di tengah masyarakat yang memiliki tujuan yang sama. Kerja Profesi juga membantu para mahasiswa untuk belajar lebih disiplin dan juga mengimpletasikan pembelajaran yang sudah diberikan oleh pihak kampus sampai dengan KP berlangsung.

Kerja Profesi merupakan salah satu bentuk pendidikan dimana memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa di tengah masyarakat yang memiliki tujuan yang sama. Kerja Profesi juga membantu para mahasiswa untuk belajar lebih disiplin dan juga mengimpletasikan pembelajaran yang sudah diberikan oleh pihak kampus sampai dengan KP berlangsung. Kerja Profesi juga memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk dapat bersosialisasi dengan masyarakat yang mana memiliki *jobdesk* yang sama, yang nantinya dapat digunakan sebagai sarana berbagi ilmu-ilmu yang bermanfaat. Kerja Profesi atau bisa juga disebut dengan KP merupakan sebuah permulaan Mahasiswa untuk

dapat mengenal dan terjun langsung ke dalam dunia kerja yang sesuai dengan jurusan yang telah ditempuh selama perkuliahan berlangsung. Selama menjalankan Kerja Profesi, Mahasiswa diharapkan dapat menerapkan ilmu yang mana telah dipelajari selama kuliah dan mendapatkan wawasan lebih juga pengalaman dari perusahaan tempat dimana dilaksanakannya Kerja Profesi dengan memanfaatkan waktu yang telah diberikan untuk belajar di lapangan.

Universitas Pembangunan Jaya memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk dapat berkesempatan melaksanakan Kerja Profesi. Kerja Profesi yang dilaksanakan setiap mahasiswa memiliki jangka waktu 3 bulan atau dihitung 480 jam kerja. Disini, mahasiswa dapat memilih tempat pelaksanaan KP sendiri yang mana terdapat *jobdesk* sesuai dengan jurusan yang tengah mereka jalani. Seperti yang diketahui bahwa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya memiliki dua minor yaitu *Broadcasting* dan *Public Relations*. Dengan diberlangsungkannya Kerja Profesi oleh setiap mahasiswa pastinya diharapkan setelahnya mahasiswa dapat meningkatkan relasi di dunia yang lebih profesional dan juga dapat menerapkan ilmu di dunia yang berbeda. Karena, seperti yang diketahui bahwa dunia kerja dan dunia perkuliahan pastinya memiliki beragam perbedaan. Mahasiswa juga dapat belajar disiplin mengikuti aturan yang ada, dan juga bersosialisasi dengan para pekerja lain yang memiliki lebih banyak pengalaman di bidangnya.

Praktikan merupakan mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan pemilihan minor *Broadcasting Journalism*, yang wajib untuk beradaptasi dengan segala kegiatan yang berhubungan dengan jurnalistik. Berdasarkan yang disampaikan di buku "Jurnalistik: Teori&Praktik" terbit tahun 2017, Hikmat Kusumaningrat mendefinisikan *Journalism* berasal dari kata *journal* yang berarti catatan harian, atau catatan mengenai dengan kehidupan sehari-hari. *Journal* berasal dari kata Latin *diurnalis* yang memiliki arti harian atau tiap hari. Asal usul itu yang kemudian melahirkan kata jurnalis, yaitu orang yang mampu melakukan pekerjaan jurnalistik (Hikmat Kusumaningrat, 2017)

Dalam buku "Komunikasi Teori dan Praktik" terbit tahun 2012, Julia T. Wood mendefinisikan bahwa akhir-akhir ini yang menjadi fokus dari para ahli media yaitu media sosial. Manusia harus bisa untuk mengejar dunia teknologi yang berkembang. Teknologi komunikasi telah masuk ke dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Media sosial memungkinkan orang yang terpisah jarak jauh

untuk saling bertukar informasi dan pesan menggunakan bantuan teknologi. Teknologi baru memungkinkan kita para manusia untuk saling berinteraksi dengan mereka yang belum pernah kita temui langsung (Wood, 2012)

Praktikan belum merasa memiliki kemampuan secara maksimal dalam mengambil dokumentasi berupa foto dan video, mengolah konten media sosial, dan menggunakan aplikasi *software editing* yang seharusnya sudah bisa dikuasai secara baik. Praktikan juga memiliki ketertarikan di dunia otomotif karena merasa banyak yang bisa dieksplor di dalam dunia otomotif. Maka dari itu, praktikan memilih melaksanakan kerja profesi di Scooterjam Scooter Workshop yang mana merupakan sebuah bengkel vespa matic yang sudah memiliki cabang dan potensi dalam menggunakan media sosial. Praktikan disini melakukan kerja profesi sebagai *Social Media Specialist* pada divisi *Digital Creative Team*. Praktikan disini juga belajar membuat *Content Plan* yang digunakan sebagai acuan konten setiap bulannya, mengambil dokumentasi kegiatan bengkel dan *event* baik dalam bentuk foto dan video, dan juga praktikan melakukan *editing* dalam bentuk foto juga video menggunakan *software editing* seperti *Adobe Photoshop* dan *Adobe Premiere*.

Scooterjam Scooter Workshop memberikan kesempatan pada mahasiswa yang tertarik untuk melakukan *internship* sebagai *Social Media Specialist*. Pada umumnya Scooterjam merupakan sebuah usaha yang berjalan pada bidang otomotif khususnya Vespa Matic. Scooterjam merupakan salah satu usaha yang ingin terjun ke dunia media sosial guna meningkatkan dan mengembangkan *selling*. Scooterjam memiliki divisi *Digital Creative Team* dimana divisi ini memiliki tanggung jawab untuk mengolah media sosial. Divisi ini yang membimbing praktikan dalam melaksanakan kerja profesi dan memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi praktikan. Praktikan akan lebih belajar secara lapangan dan Bersama melakukan *brainstorming* untuk turut andil dalam mengembangkan konten-konten media sosial Scooterjam.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai *Social Media Specialist* di Scooterjam Scooter Workshop**

Pelaksanaan Kerja Profesi pastinya memiliki beberapa maksud yang mana membuat praktikan harus mengikuti mata kuliah Kerja Profesi tersebut:

1. Menambah pengetahuan baru mengenai apa saja *jobdesk* dari seorang *Social Media Specialist*.

2. Mempelajari bagaimana cara membuat konten yang memiliki nilai dimana dapat meningkatkan *upselling* sebuah usaha.
3. Mengetahui dampak dari media digital sebagai salah satu wadah untuk menyebarkan informasi dari sebuah usaha.
4. Mempelajari bagaimana cara kerja seorang *Social Media Specialist* didalam suatu *event* atau acara penting.
5. Mempraktekan secara langsung sebuah pekerjaan yang berkaitan dengan bidang ilmu Komunikasi jurusan *Broadcasting* dan *Journalism*.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Tujuan kerja profesi sebagai *Social Media Specialist* di Scooterjam Scooter Workshop

Lalu, pastinya ada beberapa tujuan yang pastinya didapatkan oleh praktikan dengan mengikuti Kerja Profesi, sebagai berikut:

1. Memperoleh keterampilan dalam mengeksekusi foto dan video menjadi sebuah konten yang memiliki nilai dan menarik untuk *Social Media*.
2. Memperoleh pengetahuan lebih tentang ketentuan yang harus diketahui oleh seorang *Social Media Specialist* ketika mengolah *Social Media*.
3. Mengetahui bagaimana cara membuat konten yang memiliki nilai yang pastinya tidak mengandung SARA dan hal-hal sensitif lainnya.
4. Menambah ilmu dalam menggunakan alat dan juga *software* yang digunakan dalam mengolah Media Sosial.
5. Memperoleh pengalaman yang belum diperoleh dalam aktivitas kampus dan mendapatkan hubungan relasi sesama rekan kerja.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

**Tempat:** Scooterjam Scooter Workshop.

**Alamat:** Joglo Raya, Taman Kebon Jeruk Intercon, Blok W3 No.21, Kembangan, Jakarta Barat.

**Website:** <https://www.scooterjamofficial.com>

**Media Sosial:** scooterjamofficial

**Divisi:** *Social Media Specialist*

Dalam rangka melaksanakan mata kuliah Kerja Profesi ini, praktikan memilih Scooterjam Scooter Workshop yang bergerak di bidang otomotif khususnya vespa matic sebagai salah satu bengkel di Indonesia. Scooterjam Scooter Workshop ini merupakan sebuah usaha yang beralamatkan di Joglo Raya,



Taman Kebon Jeruk Intercon, Blok W3 No.21, Kembangan, Jakarta Barat. Usaha ini bergerak pada *specialist* brand Piaggio khususnya Vespa Matic.

Alasan praktikan memilih Scooterjam Scooter Workshop sebagai tempat pelaksanaan KP karena Scooterjam merupakan sebuah bengkel Vespa Matic yang sudah bertahan selama 7 tahun, menjadi salah satu peserta The Broto Vespa Race yang mana acara tersebut merupakan acara bergengsi dan berhasil memenangkan beberapa podium dikelasnya. Selain itu, Scooterjam juga hingga kini telah memiliki 5 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, yakni Tangerang, Bogor, Serang, Jakarta Timur, dan Jogja. Adapun alasan lain praktikan yakni karena memiliki minat lebih di dunia otomotif dan ingin terjun langsung ke dunia digital seputar otomotif. Hal ini juga pasti nantinya dapat menambah pengetahuan dan juga keterampilan praktikan yang dapat digunakan ketika ingin terjun ke dunia digital otomotif lainnya. Sedangkan, alasan lainnya adalah praktikan merasa tertarik dengan konten-konten yang dihasilkan pada beberapa *platform social media* Scooterjam tersendiri yaitu Instagram dan YouTube. Praktikan juga tertarik untuk mengelola media sosial dari Scooterjam agar lebih hidup dan selalu *up to date* dengan *trend* baru yang selalu ada. Melalui Scooterjam, praktikan juga belajar mengenai bagaimana cara mengelola media sosial dan membuat konten bernilai yang mana dapat meningkatkan *upselling* usaha tersebut.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 *Timeline* 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	Membuat CV dan Portofolio	■																				
2	Mendapat Informasi Magang di Scooterjam		■																			
3	Mengajukan Surat pengantar Profesi			■																		
4	Mengirim CV dan Portofolio ke Scooterjam				■																	
5	Diterima KP di Scooterjam					■																
6	Pelaksanaan KP						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Bimbingan KP																					■
8	Membuat Laporan KP																					■

9	Melengkapi Dokumen KP	
10	Pengumpulan Laporan KP	

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi di Scooterjam Scooter Workshop selama 3 bulan atau sama dengan 90 hari kerja. Praktikan menjalankan Kerja Profesi dari tanggal KP yang telah ditentukan yaitu 6 Juni 2022 hingga 6 September 2022 dengan total waktu 480 jam kerja. Dengan hal ini, maka disini akan tertera secara lengkap waktu penyelenggaraan KP yaitu:

**Tabel 1. 2 Jadwal Kerja Profesi Praktikan**

No.	Hari	Pukul	Kegiatan
1	Senin s/d Selasa	10.00 – 18.00 WIB	Bekerja menjalankan <i>Jobdesk</i>
		12.00 - 13.30 WIB	Istirahat
2	Rabu	-	Libur
3	Kamis s/d Minggu	10.00 – 18.00 WIB	Bekerja menjalankan <i>Jobdesk</i>

Praktikan memulai menjalankan KP di Scooterjam Scooter Workshop tepat pada hari Senin, 6 Juni 2022. Sebelum memulai KP di tempat yang telah disetujui, praktikan mulai mencari tahu tentang Scooterjam secara lebih dalam dan juga mempelajari *Social Media* yang dimiliki oleh Scooterjam. Praktikan mencoba mencari tahu apa yang selama ini telah dijalani oleh Scooterjam di *Social Media*. Di hari pertama praktikan berkenalan dengan pembimbing kerja yang akan merangkul dan bertanggung jawab atas praktikan. Praktikan juga diberikan arahan tentang aplikasi apa saja yang digunakan oleh Scooterjam untuk membuat konten digital di seluruh *Platform Social Media* nya. Di dua minggu pertama, praktikan dipercaya untuk memegang akun Instagram Scooterjam untuk mulai beraktivitas di *Social Media*. Praktikan belajar beradaptasi dengan situasi tempat KP dan mulai mengambil foto-foto aktivitas bengkel perharinya. Praktikan diarahkan untuk mengambil foto-foto yang memiliki nilai untuk di share di Instagram. Dalam melakukan hal ini, praktikan dibantu oleh marketing untuk menentukan *caption* yang cocok digunakan sesuai dengan foto yang diambil.



Setelah mempelajari karakter dari *Social Media* Scooterjam, mulai dari tanggal 25 Juni 2022 praktikan di briefing untuk mulai memegang kendali atas postingan-postingan Scooterjam seluruh cabang. Praktikan diberikan runtutan *Content Plan* yang telah dibuat oleh pembimbing kerja yang mana akan dieksekusi menjadi konten menarik untuk di *Social Media*. Seluruh hasil pekerjaan yang telah dibuat akan dimasukkan kedalam *Google Drive* untuk menjadi bukti atas pekerjaan yang dilakukan selama KP. Praktikan juga mengisi *Activity Report* pada setiap harinya agar segala pekerjaan dapat terlihat dan selalu terkontrol oleh pembimbing kerja.

Karena belum terbiasa mengendalikan *Social Media* sebuah usaha, praktikan juga selalu banyak menggali informasi melalui pembimbing kerja. Praktikan juga selalu berusaha untuk membuat konten yang mana memiliki nilai *upselling* bagi Scooterjam. Pembimbing kerja dari praktikan juga selalu membagikan beberapa referensi yang mana nantinya dapat diolah kembali menjadi konten Scooterjam dengan karakternya sendiri. Praktikan juga menjalin komunikasi secara baik dengan pembimbing kerja.