

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pengalaman pekerjaan menjadi suatu hal penting bagi setiap orang agar dapat bersaing dalam meraih pekerjaan dan bagi seorang mahasiswa membutuhkan aspek-aspek dari pengalaman tersebut supaya dapat bersaing dengan masyarakat lainnya. Melalui hasil riset dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada databoks (Ahdiat, 2022) menyatakan bahwa pada tahun 2022 bulan Februari mencatat ada sekitar 410,59 ribu jiwa yang menjadi pengangguran di ibu kota DKI Jakarta. Ini menjadi salah satu bukti bahwa persaingan dalam dunia pekerjaan semakin ketat, maka setiap individu seharusnya mempunyai bekal cukup agar bisa bersaing satu sama lain demi mendapatkan pekerjaan.

Dengan banyaknya perkembangan Industri pekerjaan membuat mahasiswa membutuhkan banyak pengalaman dan *skill* dalam industri dan membutuhkan pelatihan kerja ataupun pengetahuan yang membuat ada paham atau mengerti dalam bidang studi. Banyak dari universitas di luar sana yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan magang atau praktik kerja di sebuah perusahaan sesuai dengan jurusan yang diambil saat perkuliahan. Mungkin ada dari mahasiswa yang bertanya mengenai praktik ini apakah akan berguna bagi mereka nantinya atau tidak. Menurut artikel di (Octaviani, 2018) ada tiga hal yang bisa didapatkan oleh mahasiswa dalam melakukan praktik kerja antara lain pengalaman, membangun karier, dan menambah jaringan.

Pertama dalam melakukan praktik kerja, mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman melalui kerja secara nyata pada sebuah perusahaan. Mahasiswa bisa melihat bagaimana, sebuah perusahaan melakukan langkah-langkah yang benar sesuai dari tujuan masing-masing perusahaan. Intinya mahasiswa mampu merasakan dunia professional secara langsung. Pengalaman yang banyak juga membuat seseorang menjadi lebih suka dengan bidang yang dikerjakannya sehingga memiliki keyakinan serta kepercayaan lebih tinggi serta Dengan menggunakan pengalaman tersebut, seseorang lebih mudah menghadapi masalah yang ada. (Octaviani, 2018)

Kedua, mereka dapat membangun karier mereka dengan bekal yang mereka dapatkan melalui pengalaman kerja tersebut. Mahasiswa dapat mengetahui langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan agar dapat menyusun karier mereka sesuai bidang yang dialami selama masa perkuliahan maupun saat melakukan praktik kerja. Kemudian yang terakhir adalah menambah relasi atau jaringan dari orang-orang yang telah bekerja menjadi profesional. Mahasiswa dapat mengetahui pandangan-pandangan yang diberikan berdasarkan orang berpengalaman di bidangnya sehingga nantinya mahasiswa mampu melihat dengan lebih luas bagaimana segala aspek dalam industri pekerjaan. Dari hal-hal di atas sebagai mahasiswa dengan mengikuti praktik kerja dapat mempunyai manfaat-manfaat bagi bersaing dalam dunia pekerjaan. (Octaviani, 2018; Octaviani, 2018)

Dari pengalaman kerja yang dibutuhkan untuk bersaing dalam dunia pekerjaan nantinya. Bagi seseorang mahasiswa ada baiknya juga mempersiapkan berbagai macam *skill* untuk menambah kualitas diri serta memperkuat *skill* demi menjadi orang yang berkualitas nantinya. Dilansir dari (Caesaria, Sandra Desi, 2022), ada sekitar sepuluh *skill* atau kemampuan yang penting untuk dimiliki seseorang di masa mendatang antara lain adalah berpikir kreatif, mempunyai cara menyelesaikan masalah, kerja sama tim, kepemimpinan, kemampuan negosiasi, manajemen waktu, kemampuan pengambilan keputusan, kemampuan dalam mengendalikan emosi, berpikir kritis, dan kemampuan berhubungan dengan orang lain.

Mempunyai pemikiran kreatif merupakan cara agar seseorang dapat mempunyai pandangan baru atau cara baru dalam membuat sebuah ide agar dapat membuat inovasi baru terutama dalam dunia kerja nanti yang membutuhkan inovasi setiap harinya. Berikutnya adalah cara penyelesaian masalah, ini dibutuhkan saat nantinya dalam dunia pekerjaan apalagi jika ada masalah atau krisis yang melanda sebuah perusahaan atau instansi. Melalui kemampuan penyelesaian masalah ini, seseorang mampu melihat jalan agar sebuah masalah dapat dengan baik teratasi. kemampuan untuk *problem solving* atau memecahkan masalah dalam sebuah fenomena yang rumit. Saat melakukan penyelesaian masalah rumit sebaiknya dapat melihat masalah tersebut dari sudut pandang yang beragam. Melalui berbagai sudut pandang tersebut nantinya dapat terbentuk berbagai macam opsi solusi yang bisa menjadi pilihan dalam menyelesaikan

masalah dengan cara yang tepat. Selain itu ada baiknya mahasiswa memiliki pemikiran kreatif dan kritis untuk mencari ide-ide cerdas saat melakukan sebuah pemecahan masalah ataupun menyusun konsep-konsep ide sesuai dengan bidang pekerjaannya nanti. (Caesaria, Sandra Desi, 2022).

Pada era digital saat ini ada berbagai macam pekerjaan yang dapat dilakukan, namun jika dilihat dari pertumbuhan penggunaan teknologi saat ini banyak dari masyarakat mulai banyak menggunakan media digital dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang dilansir oleh (Deny, 2021) bahwa masyarakat yang menggunakan internet mobile terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Mulai dari media sosial, aplikasi, situs web dan sebagainya. Hal ini tercatat bahwa pada tahun 2021 jumlah pengguna ada sekitar 202,6 juta jiwa yang mana meningkat sekitar 27 juta jiwa dari tahun 2020. Dari hal ini banyak dari brand mulai memasuki dunia digital agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Untuk mereka, ini merupakan langkah penting agar produknya tetap dapat meraih target pasarnya dan juga mendapatkan keuntungan melalui media digital ini.

Pemasaran yang dilakukan berupa kampanye-kampanye atau konten di media-media yang digunakan. Dalam era digitalisasi ini, metode melalui media digital lebih efektif dibandingkan penggunaan metode tradisional. Melalui pemasaran digital juga penggunaan biaya tidak terlalu besar dibandingkan saat melalui media tradisional. Maka dari itu banyak dari brand mulai melakukan komunikasi dengan memasuki pemasaran digital ini (Deny, 2021). Melalui hal tersebut, praktikan mempunyai rasa keingintahuan tentang bagaimana sebuah tim pemasaran melakukan komunikasinya agar dapat memberikan keuntungan kepada klien-klien.

Adapun *skill* yang dibutuhkan oleh seseorang mahasiswa agar dapat memasuki bidang *digital marketing communication* seperti *Hard skills* dan *Soft Skills*. Dilansir dari (Latifatunnisa, 2022), seperti misalnya dalam *Hard skills* nya seseorang akan dianggap bisa masuk ke bidang ini jika mempunyai dasar-dasar keahlian seperti *Social Media Marketing, paid advertising, data analytics*, penulisan dan mengemas cerita, SEO dan SEM, perencanaan strategi, dasar desain serta hubungan antara konsumen. Kemudian ada juga *Soft Skills nya seperti* kemampuan berkomunikasi, pemecahan masalah, dan bisa melakukan pekerjaan secara serentak. Hal ini sejalan dengan kebutuhan *skill* di masa depan,

bahwa bidang komunikasi pemasaran digital merupakan salah satu pekerjaan sesuai.

Magang atau kerja profesi merupakan salah satu jalan bagi mahasiswa yang dilakukan secara terorganisasi sebagai langkah dalam mempersiapkan diri bagi para mahasiswa dapat menjadi SDM yang memiliki pengalaman memumpuni. Dalam menjalani program magang ini, setiap mahasiswa mempunyai seorang mentor berpengalaman untuk memberikan mereka arahan, pengalaman, bahkan ilmu praktik dalam industri sehingga mahasiswa tetap bisa mempunyai sudut pandang baru yang bermanfaat bagi pengembangan kemampuan mereka.

Melalui latar tersebut, maka Universitas Pembangunan Jaya memiliki sebuah kurikulum yang mendukung para mahasiswanya untuk mempunyai bekal dalam dunia kerjanya nanti. Salah satu mata kuliah yang mendukung para mahasiswa untuk belajar langsung di industri sesuai dengan jurusannya adalah mata kuliah Kerja Profesi atau biasa disingkat KP. Dalam mata kuliah ini terdapat tiga SKS dan mahasiswa nantinya diberikan tugas untuk mengenal serta menganalisis dunia pekerjaan. Dengan adanya mata kuliah ini maka mahasiswa dapat mengetahui dan menambah pengalaman mengenai gambaran dunia kerja sesuai dengan jurusan yang ditekuni. Melalui kerja profesi ini mahasiswa dapat menerapkan berbagai macam pengetahuan teori yang telah dipelajari sebelumnya, mereka dapat melihat bagaimana teori tersebut sejalan dengan industri.

Dengan minor *Public Relations* pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya. Praktikan mempunyai bekal pengetahuan yang dapat mendukung kegiatan kerja profesi antara lain mata kuliah Strategi & Taktik Komunikasi, Penulisan Humas, Produksi Media Hubungan Masyarakat, Komunikasi Persuasif, Media Baru, dan Hubungan Masyarakat *Online*. Dari mata kuliah tersebut banyak sekali ilmu yang bisa diimplementasikan dalam industri pekerjaan saat ini. Ilmu mengenai cara menganalisis situasi pada publik tentu didapatkan dari masing-masing mata kuliah tersebut.

Selain itu juga mengajarkan praktikan strategi mengelola sebuah pesan informasi agar dapat menarik bagi para khalayak yang dituju oleh sebuah organisasi. Karena dari mata kuliah tersebut, mempunyai banyak tugas *project* yang membuat praktikan terlatih mulai dari cara berkomunikasi sampai dengan cara menganalisis sebuah fenomena. Maka dari itu, setelah lulus dari seluruh mata

kuliah membuat praktikan mempunyai bekal dalam melakukan kerja profesi ini. Ilmu yang didapat bisa diimplementasikan secara langsung agar praktikan bisa merasakan penerapan teori dalam dunia pekerjaan terutama bidang yang mengatur serta mengelola pesan komunikasi yaitu dunia kerja kreatif khususnya komunikasi pemasaran digital.

Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang digital adalah TxT Creative. Dengan nama resmi PT. Tekstindo Kreasi Optima merupakan perusahaan konsultan penyedia jasa yang menawarkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pengerjaan kreatif, produksi desain, dan kebutuhan digital. Pekerjaan tersebut meliputi seperti produksi identitas produk, desain grafis, animasi, dan pengelolaan media sosial beserta produksi kampanye dari awal hingga akhir. TxT Creative sangat memfokuskan segala bentuk komunikasi yang berbasis digital seperti sosial media dan kampanye. Bentuk komunikasi digital dilakukan oleh setiap perusahaan atau organisasi merupakan sebuah cara untuk menyebarkan informasi secara cepat dan tetap aman. Agensi ini juga mempunyai berbagai macam brand yang menjadi klien. Sehingga praktikan merasa tertarik dengan cara-cara agensi dalam menentukan strategi komunikasi setiap brandnya.

Perusahaan yang menjadi salah satu agensi kreatif yaitu PT. Tekstindo Kreasi Optima adalah sebuah perusahaan *Digital Marketing* penyedia berbagai jasa yang berhubungan dengan industri kreatif. Mulai dari perencanaan suatu konten sampai dengan penyediaan perencanaan kampanye. Sehingga praktikan merasa membutuhkan adanya pembelajaran mengenai bagaimana sebuah perusahaan menjalankan komunikasi berbasis digital, terutama melalui media sosial. Kegiatan pembelajaran tersebut dilakukan oleh praktikan melalui kegiatan kerja profesi pada TxT Creative pada bagian sebagai *social media Content Creator*. Adapun bidang pekerjaan yang dilakukan sebagai *Content Creator* ialah memproduksi perencanaan, produksi, pelaksanaan dan evaluasi konten media sosial klien. Selain produksi konten, *Content Creator* juga memproduksi perencanaan, produksi, pelaksanaan dan evaluasi kampanye yang diinginkan oleh klien.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mengembangkan pengalaman, pengetahuan, *skill*, pengetahuan dalam dunia pekerjaan yang berhubungan dengan *Digital Marketing Communication* pada perusahaan Agency
2. Mempelajari dan mempraktikkan alur ataupun kegiatan yang berhubungan dengan *Digital Marketing Communication* di Agency
3. Melatih keahlian dalam melakukan iklan dan pembuatan konten dalam media sosial
4. Melatih kemampuan analisis dalam melihat peluang untuk setiap brand yang menjadi klien perusahaan
5. Melatih kemampuan agar dapat beradaptasi dengan lingkup dunia kreatif
6. Mempelajari komunikasi dalam sebuah agensi periklanan terutama dalam agensi TxT Creative
7. Mendapatkan pengalaman mengenai alur komunikasi dalam sebuah perusahaan

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh pengetahuan, ilmu, keterampilan, *skill*, pengalaman dalam sebuah dunia kerja khususnya pada bidang *Digital Marketing Communication* pada perusahaan Agency
2. Memperoleh pelatihan atau pembelajaran berhubungan *Digital Marketing Communication* perusahaan Agency
3. Memperoleh pengetahuan tentang analisis khalayak yang tepat untuk sebuah brand
4. Memperoleh kemampuan untuk melihat peluang bagi brand
5. Mendapatkan mempelajari alur komunikasi dalam dunia pekerjaan khususnya dunia Agency
6. Memperoleh ilmu untuk mempraktikkan ilmu perkuliahan pada dunia pekerjaan di perusahaan Agency
7. Mendapatkan dan mengerti alur komunikasi dalam sebuah perusahaan kreatif

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : PT. Tekstindo Kreasi Optima (TXT Creative)

Alamat : Ruko Dalton Timur DLNT 026-027, Jl. Scientia Boulevard,
Gading Serpong, Tangerang, Banten

TxT Creative adalah sebuah perusahaan berbasis *Digital Agency* yang sudah berbentuk PT. Tekstindo Kreasi Optima. Perusahaan ini mempunyai berbagai jasa yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan misalnya seperti kreatif, desain, perencanaan acara, dan sebagainya. Dari hal tersebut keluaran yang akan didapat bisa seperti pembuatan website, kampanye perusahaan, strategi pemasaran, pemasangan iklan dan sebagainya. Salah satu hal yang menjadi hal utama dalam agensi ini yaitu menjadi agensi yang mempunyai kecepatan dan ketepatan saat menghasilkan karyanya.

Alasan praktikan melakukan kerja profesi pada agensi periklanan terutama TxT Creative adalah bidang pekerjaan yang ada pada TxT Creative berbasis *digital* dan juga memiliki banyak interaksi dengan dunia media sosial. Apalagi dengan adanya banyak perkembangan teknologi dan informasi membuat banyak hal terjadi di sekitar masyarakat membentuk sebuah trend. Dengan melakukan Kerja Profesi di TxT Creative membuat praktikan merasa dapat mengikuti serta memahami perkembangan informasi dan teknologi di sekitarnya. Melalui hal tersebut Praktikan juga dapat melatih cara strategi dan taktik penggunaan media dalam menyampaikan informasi agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak yang dituju.

1.4 Jadwal Waktu Kerja Profesi

Pada aktivitas Kerja Profesi ini program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mempunyai ketentuan bahwa dalam melaksanakan aktivitas Kerja Profesi atau magang ini mengharuskan praktikan mejalaninya selama minimal 400 jam atau jika dihitung akan berjalan selama kurang lebih tiga bulan. Praktikan melakukan Kerja Profesi ini berawal dari tanggal 6 Juni 2022 sampai dengan tanggal 6 September 2022. Sebelum bekerja di TxT Creative, praktikan telah melakukan beberapa kegiatan untuk mencari tempat Kerja Profesi yang ingin dituju. Berikut lampiran detail waktu dan aktivitas yang dilakukan praktikan mulai dari pencarian tempat Kerja Profesi sampai dengan pengumpulan laporan Kerja Profesi.

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi (Dok. Internal)

NO	Kegiatan	Bulan																							
		Apr				Mei				Jun				Jul				Agt				Sep			
		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	Membuat CV, Portofolio, Cover Letter/Resume																								
2	mencari informasi mengenai magang																								
3	Mengirim CV, Portofolio, Cover Letter/Resume ke beberapa perusahaan melalui e-mail																								
7	mengirimkan CV & Portofolio ke PT Tekstindo Kreasi Optima																								
8	Melakukan interview dengan PT Tekstindo Kreasi Optima																								
11	Membuat Surat Pengantar dari Pihak Universitas																								
12	Penerimaan magang di PT Tekstindo Kreasi Optima																								
13	Pelaksanaan Kerja Profesi																								
14	Pelaksanaan Bimbingan Kerja Profesi																								
15	Membuat Laporan Kerja Profesi																								
16	Pengumpulan Laporan KP																								

Pada tanggal 15 Mei, praktikan mulai menyusun kembali CV dan portofolio berdasarkan pengalaman yang telah didapatkan. Kemudian pada tanggal 17 Mei 2022, praktikan mulai melakukan pencarian terhadap lowongan magang dengan menghubungi beberapa relasi yang dikenal misalnya seperti Permata Bank, Exim Bank, dan sebagainya. Saat melakukan pencarian magang, banyak sekali hal yang tidak sesuai ekspektasi karena portofolionya belum terlalu lengkap serta belum memasukan pengalamannya dalam melakukan pekerjaan ataupun organisasi. Jadi praktikan sempat melengkapi portofolio lagi dengan menggunakan aplikasi Canva dan menggunakan desain yang lebih kreatif agar lebih bervariasi. Apalagi dunia kerja yang ingin dimasuki adalah dunia kreatif, maka praktikan menanyakan hal tersebut kepada rekan yang sudah diterima magang ditempat industri kreatif.

Pada tanggal 28 Mei 2022, praktkan mencari lagi lowongan kerja praktik melalui media sosial namun tidak ada tanggapan dari pihak perusahaan. Sampai pada akhirnya, praktikan mencari lowongan pekerjaan di LinkedIn dan menemukan TXT Creative di situ tersebut dengan posisi *Social Media Content*

Creation. Akhirnya praktikan tertarik mengikuti tawaran tersebut dan mencoba mengirimkannya CV serta portofolio ke TxT Creative.

Akhirnya pada tanggal 30 Mei Praktikan mendapatkan pesan melalui Whatsapp untuk kesediaannya mengikuti wawancara dengan Human Resources dari TxT Creative. Mereka menyatakan tertarik dalam melakukan wawancara dengan praktikan. Dengan hal itu, praktikan berkomunikasi dengan Human Resources untuk menjadwalkan waktu wawancara. Akhirnya praktikan dijadwalkan untuk wawancara pada tanggal 31 Mei 2022, pada saat wawancara berlangsung praktikan diberikan pertanyaan mengenai pengalaman selama di masa perkuliahan termasuk mata kuliah yang dijalani. Pertanyaan juga mengacu pada portofolio yang diunggah saat melewati surat elektronik.

Setelah melakukan wawancara magang, praktikan menunggu informasi dari pihak perusahaan, dan pada tanggal 3 Juni 2022, praktikan diberikan kabar bahwa dapat melakukan magang di TxT Creative. Pada saat itu juga praktikan mengirimkan persyaratan magang seperti KTP, KK , dan persyaratan lainnya melalui surat elektronik. Praktikan memulai kegiatan kerja profesi pada tanggal 6 Juni 2022 di TxT Creative sebagai *Social Media Content Creation*. Pada saat itu juga praktikan melengkapi dokumen agar dapat terdata sebagai anak magang di TxT Creative dan mendapatkan berkas-berkas pelengkap.

