

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

2.1.1 Profil Fakultas Humaniora dan Bisnis



Gambar: 2.1 Logo Fakultas Humaniora dan Bisnis

Sumber: Universitas Pembangunan Jaya

UPJ dan Fakultas Humaniora & Bisnis awalnya dibentuk pada 2011 lalu. Fakultas mulai beroperasi mulai dari 2013 lalu, tahun yang sama pada saat registrasi untuk calon mahasiswa baru pertama kali tersedia. Di UPJ, Fakultas Humaniora dan Bisnis merupakan landasan dari beberapa skema gelar yang berbeda. Ilmu Komunikasi, Psikologi, Manajemen, dan Akuntansi adalah empat pilihan prodi tersedia. Setiap tahun, sebagian besar mahasiswa mengambil jurusan ilmu komunikasi. (UPJ, 2017).

Universitas Pembangunan Jaya masih berusaha keras untuk mendapatkan pengakuan global (akreditasi). Keberhasilan masing-masing fakultas, termasuk Fakultas Ilmu Budaya dan Bisnis beserta seluruh program studi di bawahnya, tentunya sangat dipengaruhi oleh hal tersebut. (UPJ, 2017).

Tentu saja, memperoleh pengakuan global (akreditasi) adalah sebuah tujuan. Fakultas Humaniora dan Bisnis masih bekerja untuk memastikan bahwa instruktur telah menerbitkan temuan penelitian dan penghargaan dari negara lain. Setidaknya 192 pencapaian baik dalam negeri hingga luar negeri oleh mahasiswa Fakultas Humaniora dan Bisnis didokumentasikan dari Januari 2019 hingga Juni 2020, dan jumlah ini akan terus meningkat. Selain itu, profesor dari Fakultas Humaniora dan Bisnis telah membuat 32 pencapaian di arena nasional dan

internasional, juga tingkat seperti ini nantinya akan naik pada tahun ke tahunnya. (UPJ, 2017).

1. Di bidang pendidikan, memilih sumber daya manusia tentu sangat menantang. Hal inilah yang membuat semua guru besar nyaman dalam pekerjaannya karena dianggap berdampak buruk pada kelangsungan hidup jangka panjang program studi.
2. Di bidang pendidikan, memilih sumber daya manusia tentu sangat menantang. Karena inilah semua dosen merasa nyaman di tempat kerja, meskipun faktanya dianggap memiliki efek negatif pada kelangsungan hidup jangka panjang dari program akademik.

2.1.2 Profil Program Studi Ilmu Komunikasi



Gambar 2. 2 Logo Program Studi Ilmu Komunikasi

(Sumber : UPJ, 2017)

Prodi Ilkom merupakan bagian dari Fakultas Budaya dan Bisnis, dan sebagai hasilnya, tujuan, hal-hal yang dilakukan Prodi Ilkom, dan tujuan Fakultas, yang mengkristalkan dan mendukung visi, misi, maksud dari UPJ, menjadi sumber tujuan, hal-hal yang dilakukan Prodi Ilkom, maksud dari Prodi. Tentu saja, sudut pandang dan kontribusi yang berbeda dari banyak pihak yang berkepentingan juga menjadi pertimbangan saat mengembangkan tujuan, hal-hal, maksud dari Prodi Ilkom. Hal tersebut diperlukan agar program studi ilmu komunikasi dapat disampaikan dengan maksud mampu bersaing dan juga mampu mengantisipasi isu-isu kedepannya. (UPJ, 2017).

Terdapat beberapa sebuah visi dan misi, juga *goals* yang dimiliki Prodi Ilmu Komunikasi ialah (UPJ, 2017):

a. VISI Program Studi Ilmu Komunikasi

Hal ini akan berubah menjadi Prodi Ilkom pada tahun 2035 yang unggul dalam studi media baru di masyarakat perkotaan, mendukung bidang Humas dan *Broadcasting Journalism*, dan membentuk Manusia yang Jaya menjadi pembelajaran yang terhormat, berpikiran terbuka, peduli lingkungan, dan pelopor sejahtera yang ada di dunia khususnya *Southeast Asia*.

b. MISI Program Studi Ilmu Komunikasi

1. Membangun di wilayah metropolitan pendidikan ilmu komunikasi yang unggul dan moral yang membantu individu yang bekerja dalam jurnalisme penyiaran dan hubungan masyarakat dengan tetap up to date dengan studi media baru.
2. Melakukan penelitian kajian media baru di perkotaan sebagai cara pengembangan konseptual, dalam upaya mendirikan prodi ilkom yang mendukung budaya penelitian.
3. Melaksanakan sebuah Pengabdian Masyarakat di Perkotaan Berkelanjutan berbasis studi media baru..
4. Mengembangkan ide-ide kreatif terkait penelitian terkait studi media dengan solusi untuk masalah masyarakat perkotaan.
5. Mengembangkan pengabdian masyarakat terkait studi *new media* tentunya sangat menguntungkan untuk sebuah daerahsekitar.
6. Dapatkan hubungan luar bersama kelompok akademis juga bisnis terkait hubungan untuk bisa memajukan studi *new media*.

2.1.3 Profil KOMPRESS



Gambar 2. 3 Logo KOMPRESS

(Sumber: Internal UPJ)

Dengan berjalannya waktu, Prodi Ilmu Komunikasi telah membentuk lab yang Bernama KOMPRESS dalam bentuk digital media juga terintegrasi.

KOMPRESS dibentuk pada 2020 lalu untuk menjadi lab yang dapat digunakan oleh semua anggota dari Prodi Ilmu Komunikasi agar dapat melebarkan sebuah keterampilan di berbagai bidang seperti jurnalisme, menulis, dan memproduksi konten dalam bentuk gambar, teks atau sebuah tayangan. Sekelompok perwakilan dari Prodi Ilkom UPJ mengelola Media, sebuah outlet wadah. (Kompres, 2020).

Media Kompres dibentuk dengan empat orang dosen dari Prodi Ilmu Komunikasi yaitu:

1. Naurisa Biasiini, S.SI, M.I.Kom
2. Ema Rahmawati Aliudin, S.Sos., M.I.K
3. Maya Rahmawati, S.Pi., M.Sc
4. Fasya Syifa Mutma., S.I.Kom., M.I.Kom.

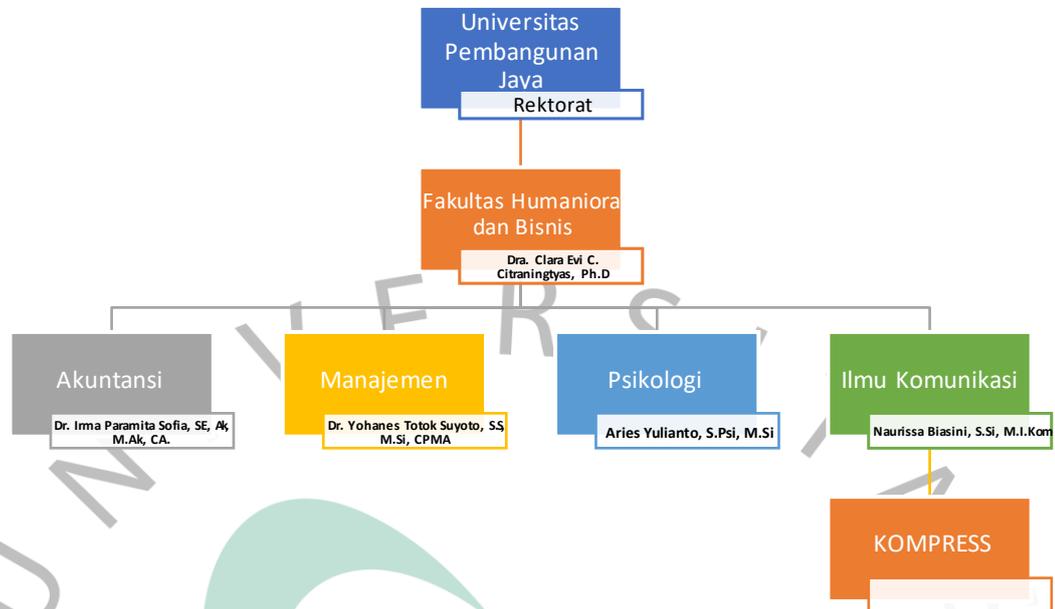
Kompres yang awalnya terbentuk, media Kompres UPJ merupakan sebuah rekan kerja yang memiliki beberapa tugas untuk dapat mengatur sebuah akun sosial media Instagram juga konten-konten pada akun YouTube milik Prodi Ilkom. Pada awalnya, memiliki beberapa tanggung jawab pada Media Kompres didirikan oleh beberapa mahasiswa dari Prodi Ilkom dengan berbagai macam Angkatan yaitu 2016 hingga 2018 yaitu: Bonfilio Calvin A, Saifa El Faruqi S, dan masih banyak lagi (Kompres, 2020).

Dengan berkembangnya zaman dan juga kebutuhan yang dibutuhkan oleh Prodi Ilmu Komunikasi karena itu didirikanlah sebuah sarana yaitu media Kompres UPJ yang menjadi sebuah wadah yang berbentuk elektronik yang menggunakan sebuah *web*, YouTube, Instagram, hingga sebuah *podcast*. Oleh karena itu media Kompres UPJ sudah dapat menjadi media massa berbentuk digital yang berintegritas, juga kelompok yang mengurus media dari Kompres UPJ yaitu: Hardy Pranata, Adhi Maulana, Farah Millenia, dan masih banyak lagi lainnya yang berperan penting pada media Kompres UPJ (Kompres, 2020).

Ketika Kompres pertama kali mulai berorganisasi, para mahasiswa/i ini adalah pelopornya. Kompres menyediakan macam-macam informasi mengenai apa yang sekarang terjadi juga sebuah esai tentang kehidupan kampus menurut sisi lain dari seorang mahasiswa serta mengenai berkehidupan para khalayak metropolitan. Ini juga mendistribusikan materinya di saluran digital lain seperti media sosial, Instagram, dan YouTube. (Kompres, 2020).

2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 Struktur Organisasi Fakultas Humaniora dan Bisnis



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Fakultas Humaniora dan Bisnis

(Sumber: Kompres UPJ, 2017)

Struktur organisasi yang ada yaitu sistem organisasi di Fakultas Humaniora dan Bisnis UPJ. Rektor yang menjabat sebagai pimpinan Universitas Pembangunan Jaya ini terbukti berada di posisi teratas dalam struktur ini. Dra. Clara Evi Citraaningtyas, M.A., Ph.D., Dekan Fakultas Ilmu Budaya dan Bisnis UPJ, berada di posisi kedua. Empat program studi dikelola oleh Fakultas Ilmu Budaya dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya. Jabatan pertama diantara keempat program studi tersebut dijabat oleh Prodi Akuntansi diketuai Dr. Irma Paramita Sofla, SE, AK, M, CA. Prodi MNJ di bawah arahan Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S, M.Si. menempati program studi kedua. Prodi PSI juga diarahkan oleh Aries Yulianto, S.Psi, M.Si menempati prodi ketiga. sebagai Kaprodi Psikologi. Prodi selanjutnya diisi oleh Prodi Ilmu Komunikasi diketuai yaitu Naurisa Biasini, S,Si M.I.Kom sebagai Kaprodi Ilkom. Prodi Ilkom merupakan yang menaungi wadah

Lab berbentuk sebuah saluran komunikasi elektronik yang terstruktur yaitu ialah media ini.

2.2.2 Struktur Organisasi KOMPRESS



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi KOMPRESS
(Sumber: KOMPRESS UPJ, 2022)

Bagan hierarkis KOMPRESS untuk Prodi Ilkom di Fakultas Humaniora dan Bisnis UPJ ditunjukkan pada gambar di atas. Posisi Pemimpin Redaksi dalam hierarki ini dijabat oleh Ibu Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom. Ibu Fasya Syifa Mutma, S.I.kom., M.I.Kom. berada di tempat kedua dan menempati garis editorial. Spot ketiga dipegang oleh para profesional yang berprofesi sebagai content creator.

Seorang Pemimpin Redaksi di Kompres bertanggung jawab untuk menjalankan rapat editorial, mengarahkan semua praktik tentang berita apa yang akan diterbitkan setiap hari, dan memutuskan apakah suatu item berita atau gambar cocok untuk situs web atau tidak. Seorang Editor di Kompres bertanggung jawab untuk meningkatkan pekerjaan praktisi sehingga audiens dapat memahami pesan yang disajikan. Tugas pembuat konten dalam kompres adalah menghasilkan konten untuk Kompres YouTube, termasuk artikel, gambar, dan video.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

2.3.1 Kegiatan Umum Divisi

1. Pemred

Pemred yang bertugas mengawasi berita yang telah diproduksi oleh produsen konten, mengedit dan mengoreksi, dan memastikan bahwa berita yang dirilis akurat dan tidak dibuat-buat.

2. Editor

Editor bertugas mengawasi publikasi semua artikel dan konten lainnya di situs web resmi Kompress, media sosial, dan saluran sindikasi konten. Editor juga harus mengedit naskah dari macam-macam informasi yang sudah dihasilkan menggunakan EYD (ejaan yang disesuaikan) dan tidak berisi sebuah hal terkait isu SARA. Mereka juga harus menyaring berbagai konten yang telah diproduksi menggunakan sarana visual dan audio-visual sehingga dapat dianggap layak untuk didistribusikan kepada publik. (KOMPRESS, 2022).

3. Content Creator

Sebuah situs web, persiapan informasi sebuah outlet medsos seperti YouTube, juga Instagram, dan desain visual untuk konten dan perencanaan berita untuk media sosial Instagram adalah semua tugas yang diberikan kepada pembuat konten. (Kompress, 2022).

Sebuah informasi yang ditulis dari seorang pembuat konten diproduksi mengacu kepada sebuah kriteria penilaian berdasarkan kriteria penilaian yang termasuk dalam platform situs web KOMPRESS. Terkait pembuatan artikel, pembuat konten dituntut agar dapat meriset sebuah hal agar bisa membuat sebuah *news* memenuhi hal-hal yang sedang terjadi belakangan ini dan berdasarkan dari sebuah fakta dan data. Pembuat konten melalui proses pelaporan untuk mendukung integritas materi yang menulis artikelberita.

Perencanaan konten untuk platform media sosial YouTube dan Instagram juga menjadi tanggung jawab pembuat konten. Rubrik Factkom dan rubrik Wekom adalah dua kerangka kerja yang ditetapkan di mana perencanaan konten untuk media sosial Instagram didasarkan. Mengenai pembuatan materi untuk platform distribusi konten, YouTube dibangun menggunakan sejumlah kriteria terkait di saluran YouTube resmi milik KOMPRESS. Pembuat materi di platform YouTube juga dipercayakan untuk membuat konten berupa video yang akan dipublikasikan di masa mendatang. Untuk banyak konten ini, Content Creator berfungsi sebagai host dan editor (KOMPRESS, 2022).

2.3.2 Kegiatan Umum KOMPRESS

Dalam situs resminya, Kompress.upj.ac.id, media Kompress menawarkan berbagai berita menarik. Situs web ini menampilkan berbagai artikel yang meneliti kehidupan kampus dan kehidupan masyarakat perkotaan dari sudut pandang siswa. Selain itu, Kompress memiliki akun resmi di Instagram dan YouTube. Akun Instagram resmi untuk Kompress adalah @ilkom_upj, dan akun platform distribusi video YouTube resmi untuk Kompress adalah KOMPRESS - UPJ.

Di platform internet, media sosial Instagram, dan saluran distribusi konten YouTube, Kompas juga menyertakan sejumlah rubrik, seperti berikut ini:

a. WEBSITE (KOMPRESS, 2022)

1. *Hot News*, berisikan berita yang sedang terjadi.
2. *Hot Issue*, berisikan sebuah permasalahan yang sedang terjadi khususnya pada Indonesia dan lingkungan sekitar UPJ.
3. *Event UPJ*, berisikan sebuah acara yang berkaitan dengan UPJ.
4. *Event Prodi*, berisikan sebuah kegiatan dan acara dari Prodi yang ada di UPJ.
5. *What's Viral*, berisikan berita atau hal-hal yang berbau viral atau banyak terjadi belakangan ini.
6. *Fashion and Beauty*, berisikan sebuah berita mengenai sebuah kecantikan dan juga Fashion.
7. *Entertainment*, berisikan berita berkaitan dengan dunia *Entertainment* yang ada di lokal maupun internasional.
8. *Serba Lima*, berisikan pengetahuan dibentuk secara ringkas yaitu lima fakta atau berita.
9. *Travel*, berisikan sebuah berita mengenai dunia *Travel*.
10. *Tutorial*, berisikan pengetahuan seperti bagaimana cara yang penting.

b. MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (@ilkom_upj, 2022)

1. *Factkom*, menunjukkan informasi tentang macam-macam informasi yang berhubungan dengan dunia Ilkom atau tentang pelajaran yang ada di tempat kuliah yang berbeda di prodi Ilkom.
2. *Wekom*, menunjukkan informasi atau konten tentang topik yang terkait dengan pengetahuan luas.
3. Rubrik yang dibuat menjadi sebuah kabar atau berita yang diketik agar dapat ditayangkan pada situs web yang didasarkan pada isi rubrik.

c. CONTENT DISTRIBUTION PLATFORM YOUTUBE (UPJ, 2022)

Ada banyak kriteria berbeda di platform untuk mendistribusikan video di YouTube. Berbagai kriteria meliputi:

1. *MONOLOG*, video singkat dengan satu pembicara secara ringkas mencakup berbagai subjek.
2. *COMMPAST*, singkatan dari Communication Podcast, adalah podcast yang menampilkan materi video.

3. Gosipin Dosen, pembawa acara dan profesor Universitas Pembangunan Jaya dapat dilihat dalam klip video. Materi yang dipamerkan juga mencakup rincian tentang profesor Universitas Pembangunan Jaya yang menjadi ahli dalam bidang tertentu.
4. KOMNEWS, Pengamatan dari berita mempengaruhi konten video. Berita juga mencakup kehidupan sosial di daerah perkotaan dan kehidupan seperti yang terlihat melalui mata mahasiswa di kampus.



