

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Sejak Covid-19 masuk ke Indonesia, banyak industri media yang membatasi pekerjaan di lapangan, demi menghindari rantai penyebaran Covid-19. Dampaknya bagi perusahaan media salah satunya pengurangan karyawan dan menurunnya pendapatan akibat krisis ekonomi yang dihadapi. Berdasarkan data Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), pendapatan media online selama masa pandemi Covid-19 turun hingga 80%. Kemudian dari adanya dampak krisis ekonomi tersebut menimbulkan sulitnya mencari lapangan pekerjaan di industri media. Sebagai masyarakat yang hidup di era globalisasi pastinya ingin mendapatkan pekerjaan yang layak. Persaingan dunia kerja yang semakin ketat tersebut, membuat perusahaan menuntut SDM yang semakin layak untuk bekerja di perusahaan sesuai dengan kemampuan dan skill yang dimiliki. SDM yang layak merupakan mereka yang mampu beradaptasi dengan dunia kerja yang saat ini serba digital. Hal tersebut menjadi tuntutan bagi mahasiswa untuk menyiapkan dirinya untuk memenuhi kebutuhan industri tersebut. Untuk itu mahasiswa harus mampu meningkatkan *soft skill* dan *hard skill*. Mahasiswa sebelum masuk ke dunia kerja harus mempersiapkan *soft skill* dan *hard skill* untuk menghadapi persaingan di dunia kerja.

Pendidikan merupakan bekal penting untuk terjun langsung ke dunia kerja, terutama dalam menambah pengetahuan teoritis, *soft skill* dan *hard skill*. Untuk menambah *soft skill* dan *hard skill* sebagai mahasiswa sudah seharusnya mempelajarinya sejak dini. Mengikuti kegiatan organisasi, melatih dasar kepemimpinan, mempelajari suatu hal pada bidang yang diminati, melatih *public speaking*, berpikir kritis, melakukan kerja profesi (magang) dan masih banyak lagi. Kerja profesi menjadi salah satu kegiatan yang dapat melatih dan menambah *soft skill* dan *hard skill*. Kerja profesi atau magang merupakan kegiatan pelatihan kerja yang dilakukan oleh mahasiswa dan merupakan salah satu syarat mata kuliah yang berarti mahasiswa wajib untuk mengambil mata kuliah Kerja Profesi ini. Kerja Profesi sendiri bertujuan untuk mahasiswa mampu mempraktikkan teori-teori dan *skill* yang telah di pelajari selama masa perkuliahan (Septiany,2021).

Perguruan tinggi Universitas Pembangunan Jaya telah mewajibkan setiap mahasiswanya untuk mengikuti kegiatan Kerja Profesi dengan harapan seluruh mahasiswanya dapat mempraktikkan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Di Universitas Pembangunan Jaya memiliki dua fakultas yaitu Humaniora & Bisnis dan Teknologi & Desain. Pada fakultas Humaniora dan Bisnis mempunyai jurusan Ilmu komunikasi, dimana jurusan ini merupakan salah satu program studi yang ada pada Universitas Pembangunan Jaya. Program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya memiliki dua minor, salah satu minor pada program studi Ilmu Komunikasi adalah jurnalisme penyiaran.

Jurnalisme penyiaran merupakan jurusan yang didalamnya mempelajari teori dan praktik untuk menciptakan suatu program untuk disiarkan melalui media massa, media *online* serta *new media* (Neneng, 2021). Rentang waktu yang ditetapkan untuk melaksanakan kegiatan kerja profesi ini minimal 400 jam kerja atau dapat diselesaikan kurang lebih tiga bulan. Setelah melakukan kegiatan kerja profesi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun laporan kerja profesi yang nantinya akan dipresentasikan melalui sidang kerja profesi. Mahasiswa Ilmu Komunikasi akan mencari tempat untuk kerja profesi yang sesuai dengan minat, keterampilan, skill yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi.

Pada salah satu minor program studi Ilmu Komunikasi yaitu *Broadcasting Journalism* di Universitas Pembangunan Jaya memfokuskan mahasiswa untuk mempersiapkan dengan matang bekal yang nantinya akan dipraktikkan melalui kerja profesi, terutama dalam bidang jurnalistik dan penyiaran. Maka, untuk menambah pengalaman bekerja mahasiswa minor *Broadcasting Journalism* industri media merupakan tempat belajar yang cocok bagi mahasiswa *Broadcasting Journalism*. Nantinya mahasiswa dapat mempraktikkan teori dan skill yang telah dipelajari dan mempelajari hal baru di industri media.

Berkembangnya perindustrian media massa di era globalisasi saat ini semakin pesat khususnya di media *online*. Media massa saat ini digunakan untuk mendapatkan informasi hingga sarana untuk berdiskusi dengan audiens lain (Vira & dll, 2020:11). Banyak sekali media *online* yang berlomba-lomba memberikan konten – konten atau informasi yang sesuai dengan minat pembaca, mulai dari berita, hiburan, gaya hidup, kuliner, edukasi dan masih banyak lagi.

Pada tahun 1994 internet mulai populer di Indonesia. Salah satu media *online* di Indonesia yang perkembangannya cukup cepat yaitu adalah Detikcom.

Detikcom merupakan pelopor media *online* pertama di Indonesia yang saat ini masih aktif dalam menyebarkan informasi melalui website dan media sosial miliknya. Saat ini media *online* tidak hanya untuk menyebarkan informasi saja, melainkan sebagai sarana untuk melakukan promosi atau media untuk beriklan. Media *online* di Detikcom sendiri, di dalamnya masih terbagi lagi beberapa divisi salah satunya adalah *brand studio*. *Brand studio* milik Detikcom ini merupakan platform untuk mempromosikan *brand* di situs atau media sosial milik Detikcom melalui video, nantinya video iklan tersebut akan diposting di kanal detikcom yaitu 20detik. Kanal 20detik memiliki konten yang berisi video berita mengenai peristiwa terkini di Indonesia, teknologi, otomotif, olahraga, musik, entertainment hingga *lifestyle*. Nantinya video promosi akan diposting di kanal 20detik dengan menyesuaikan isi konten pada video pengiklanan yang dibuat.

Saat ini media *online* tidak lepas dari media untuk pengiklanan. Iklan merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan minat dari suatu produk ataupun jasa yang bersifat persuasif dengan melibatkan media massa, membuat suatu perusahaan *brand* atau jasa mengeluarkan *cost* untuk pemasangan iklan di media *online* (Monica, 2016). Pesan yang disampaikan kepada pihak lain, haruslah menarik perhatian penontonnya supaya iklan tersebut mudah diingat dan diingat bagi siapa saja yang melihat iklan tersebut. Maka sebelum melakukan produksi iklan tersebut, tim produksi haruslah memikirkan secara matang mengenai ide-ide yang akan dituangkan pada iklan tersebut.

Adapun terobosan lain di dunia periklanan yaitu, *built-in product* atau *filler product*, dimana periklanan ini tidak hanya menjual iklan pada *commercial break*, tetapi juga memberikan sesuatu yang baru melalui *built in product* dimana penempatan atau pemasangan iklan brand secara proposional pada suatu program atau dapat menyelipkan *filler product* yang artinya iklan tersebut berisi mengenai informasi tentang sebuah brand, biasanya berdurasi 30 sampai 120 detik. Tujuannya sama yaitu untuk memberikan informasi mengenai brand dan untuk lebih dikenal dikalangan masyarakat melalui iklan yang ditayangkan (Monica, 2016:3).

Pembuatan iklan, *built in product*, *filler product*, pastinya sebelum melakukan produksi dibutuhkan tim sendiri untuk melaksanakan proses pra produksi, produksi dan pasca produksi, dalam media *online* Detikcom memiliki divisi untuk mengelola para *brand* yang ingin melakukan pengiklanan. Divisi tersebut ialah Brand Studio, yang di dalamnya ada tim pra produksi, dimana tim ini yang menyiapkan segala sesuatunya sebelum proses produksi berjalan, kemudian tim produksi, dimana tim ini yang bekerja di lapangan sebagai pengambil gambar, tata ruangan dan lainnya dan tim pasca produksi yaitu tim yang melakukan mengeditan setelah proses produksi selesai. Dalam proses pengiklanan diperlukanlah konsep awal untuk mencetus sebuah ide kreatif bagi brand yang melakukan kerja sama, maka diperlukanlah tim kreatif. Tim kreatif yang masuk kedalam tahap pra produksi dalam suatu project.

Dalam praktik Kerja Profesi ini, praktikan mendapatkan posisi sebagai tim kreatif pada divisi Brand Studio Detikcom. *Job desk* yang diberikan yaitu pasti terkait dengan perusahaan atau *brand* yang ingin melakukan pengiklanan, mulai dari mencari ide atau konsep yang menarik untuk video pengiklanan, membuat *storyline*, sebagai gambaran singkat cerita yang dibuat dan *moodboard* sebagai gambaran visual yang nantinya akan diambil, membuat *script*, serta melakukan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Kegiatan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan di detikcom sebagai tim kreatif, sangat berkaitan dengan teori pada mata kuliah Produksi Berita Televisis. Pada teori tersebut praktikan mempelajari adanya tahapan produksi diantaranya pra produksi, proses produksi dan pasca produksi.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

1. Mempraktikan secara langsung pengetahuan teoritis mengenai produksi dan pasca produksi shooting, khususnya terkait dengan *minor broadcasting jurnalisme*.
2. Meningkatkan, melatih dan mempelajari *soft skill* dan *hard skill* pada bidang industri periklanan.
3. Mempelajari terkait dengan kegiatan memikirkan ide kreatif untuk komunikasi pemasaran melalui web site dan media sosial.

4. Mempelajari dan mempraktikkan pembuatan *script* acara, *copy writing*, perencanaan ide kreatif, *storyline*, *moodboard*, produksi hingga evaluasi konten.
5. Mempelajari bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan klien.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman bekerja pada bidang Tim Kreatif yang memegang suatu brand.
2. Memperoleh pembelajaran mengenai konsep ide kreatif dalam pembuatan promosi pada iklan suatu *brand*.
3. Mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan dan membuat ide kreatif yang diaplikasikan melalui perencanaan, pasca produksi, produksi dan evaluasi.
4. Memperoleh pengetahuan baru dalam menjalankan dan mengembangkan *soft skill* dan *hard skill* pada saat kegiatan *event* atau program *brand studio* lainnya.
5. Mendapatkan pembelajaran secara langsung tentang bagaimana melakukan pekerjaan yang mengharuskan praktikan berpikir kritis dan kreatif di *brand studio* dalam mengelola dan membuat promosi iklan suatu *brand*.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Detikcom merupakan media digital *online* populer dan terbesar di Indonesia yang mengusung konsep *breaking news* dengan menyajikan informasi peristiwa terkini dan gaya hidup. Saat ini Detikcom bertransformasi menjadi gerbang semua layanan di dalam ekosistem CT Corp. Detikcom telah hadir sejak 9 Juli 1998. Detikcom juga merupakan media *online* yang berdisri sendiri secara otonom tanpa adanya media cetak yang menjadi induknya. Media *online* Detikcom ini menyajikan informasi-informasi yang dibutuhkan seluruh masyarakat seperti berita terkini, hiburan, gaya hidup, kuliner, edukasi, olahraga dan masih banyak lagi. Di Detikcom sendiri, memiliki media untuk *brand* mempromosikan produknya, yakni *brand studio* yang masih di bawah naungan Detikcom. Lokasi kantor Detikcom berada di Gedung Transmedia - Lantai 8-9 Jln. Kapten Tendean kav. 12-14A, Jakarta Selatan, 12790. Pelaksanaan kerja

profesi dilakukan di perusahaan Detikcom, *Departement Brand Studio* Detikcom sebagai *Creative*. Perusahaan ini merupakan pioner dalam berita *online* di Indonesia yang menyajikan berita terkini baik di Indonesia maupun di dunia.

Praktikan memilih Detikcom karena video promosi iklan suatu *brand* yang dilakukan oleh Detikcom cukup menarik perhatian praktikan. Praktikan melihat beberapa contoh video iklan promosi di website dan youtube yang berisikan filler video iklan, series iklan dan promosi *brand*. Praktikan merasa bahwa Detikcom menjadi salah satu tempat untuk belajar dan berkembang dalam bidang *broadcasting* di industri media. Praktikan juga dapat mempelajari bagaimana menjadi seorang tim produksi yang baik dan menjalin hubungan baik dengan klien melalui *project-project* yang terjalin.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan KP

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, Portofolio																				
2	Mencari informasi lowongan magang																				
3	Mengirimkan CV dan portofolio ke perusahaan																				
4	Mendapat feedback dari NET Mediatama																				
5	Mendapatkan feedback dari Detikcom																				
6	Melakukan interview dengan user Detikcom																				
7	Resmi diterima di Detikcom																				

8	Mengajukan surat permohonan magang																			
9	Pelaksanaan KP selama 3 bulan																			
10	Bimbingan KP 1																			
11	Bimbingan KP 2																			
13	Bimbingan KP 3																			
14	Bimbingan KP 4																			
12	Pembuatan Laporan KP																			
13	Pengumpulan Laporan KP																			

Praktikan mulai membuat kebutuhan yang diperlukan untuk melamar pekerjaan seperti CV, *cover letter*, *portofolio* dan *resume* (tergantung dari kebutuhan perusahaan) pada minggu keempat bulan Mei dan mulai meng-apply Kerja Profesi ke berbagai macam perusahaan seperti Studi Tropic, Tribunes News, NET Mediatama, Rajawali Televisi, MNC Picture dan masih banyak lagi. Praktikan mengirimkan dokumen yang dibutuhkan perusahaan seperti CV, *cover letter* dan *portofolio* melalui *e-mail* masing-masing perusahaan juga mencari lowongan pekerjaan serta mengirimkan dokumen melalui *website* karir seperti LinkedIn dan Glints Indonesia. Minggu pertama bulan Juni praktikan mencoba mengirimkan dokumen tersebut ke perusahaan Detikcom.

Masih di minggu pertama bulan Juni, praktikan melakukan kunjungan langsung ke perusahaan Polri Tv untuk mencari tahu apakah perusahaan Polri Tv membuka kesempatan untuk mahasiswa mengikuti program magang serta memberikan CV dan *cover letter*. Saat melakukan kunjungan ke perusahaan Polri Tv praktikan diberikan pertanyaan seperti *pra-interview* dengan produser Polri Tv. Masih di minggu yang sama, praktikan mendapatkan panggilan *interview* via telepon dari perusahaan NET Mediatama pada 9 Juni 2022 dan mendapat panggilan *interview* dari perusahaan Detikcom pada 15 Juni 2022. Setelah menunggu beberapa hari praktikan mendapatkan kabar dari perusahaan Detikcom, dimana keputusan akhirnya praktikan di terima di perusahaan

Detikcom pada 17 Juni 2022 dan mulai bekerja pada 20 Juni 2022. Tidak lama dari itu, perusahaan NET Mediatama juga memberikan *feedback* melalui telepon dan menjelaskan bahwa posisi sosial media saat itu sedang penuh dan praktikan di sarankan untuk pindah posisi ke grafis konten. Karena grafis konten tidak sesuai dengan keahlian yang praktikan miliki, praktikan memundurkan diri dan menjelaskan bahwa telah di terima di perusahaan Detikcom. Pada 20 Juni 2022 praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi sebagai Creative di Detikcom.

Pada minggu ke-3 bulan Juli, praktikan sudah mulai mengerjakan laporan kerja profesi. Praktikan mulai mengerjakan dari Bab 1 dengan arahan dosen pembimbing. Kemudian pada minggu ke-4 bulan Juli yaitu pada 4 Juli 2022, praktikan diberikan tugas untuk mengumpulkan Bab 1, pengumpulan Bab 1 tersebut sekaligus bimbingan terkait laporan. Selama periode Juli sampai September, praktikan mulai mencicil pengerjaan laporan Kerja Profesi. Pada minggu pertama bulan September, praktikan diberikan tugas oleh dosen pembimbing untuk mengumpulkan draft laporan Bab 2, minggu ke-2 mengumpulkan draft laporan Bab 3 dan minggu ke-4 mengumpulkan keseluruhan laporan sekaligus bimbingan terkait laporan. Di minggu ke-4 bulan September juga, yaitu 30 September 2022, pengumpulan laporan KP dikumpulkan.