

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pandemi virus COVID-19 yang terjadi dua tahun terakhir, membuat beberapa sektor terdampak salah satunya adalah sektor ekonomi. Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia selama pandemi berdampak pula pada kurangnya kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan itu sendiri. Hal ini terjadi karena adanya penurunan pendapatan riil di masyarakat yang terjadi akibat inflasi, serta pengurangan pengeluaran konsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh pemerintah yang menyebabkan penurunan kapasitas produksi. Adanya penurunan kapasitas produksi inilah yang menyebabkan pengurangan lapangan dan kesempatan kerja yang berdampak kepada pemutusan hubungan kerja (PHK) dan memunculkan banyaknya pengangguran (Syafa, 2000: 371).

Berdasarkan Riset yang dilakukan oleh (Rahman, 2020) pada kanal *The Conversation.com*, menjelaskan bahwa sebanyak 2.3 juta orang menjadi pengangguran akibat pandemi COVID-19, dimana setara dengan 2% angka kerja di Indonesia. Angka tersebut diperoleh akibat banyaknya perusahaan yang mulai memilih untuk mempekerjakan lebih sedikit karyawan. Melihat akan ini *International Labour Organization* (ILO) memaparkan data dari hasil riset mereka, bahwa terdapat 114 juta lapangan kerja di seluruh dunia yang hilang sejak pandemi Covid-19, salah satunya Indonesia. Hal ini pula disetujui oleh Ma'ruf Amin Wakil Presiden Indonesia pada pernyataannya untuk Liputan6.com bahwa dampak tersebut terjadi akibat adanya pelemahan pada sektor ekonomi akibat adanya pembatasan selama pandemi (Prihatin, 2020).

Melihat beberapa data – data tersebut, dapat di lihat dan diketahui bahwa situasi ketenagakerjaan di Indonesia mengalami perubahan yang sangat besar, dimana akses lapangan pekerjaan menjadi lebih sempit untuk di akses, hal ini pula didukung dengan persaingan para pelamar yang sangat ketat. Masyarakat yang mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau dengan cara kerja digital, merupakan sumber tenaga kerja yang saat ini dibutuhkan oleh pasar tenaga kerja (Rahman, 2020). Pendidikan memiliki peranan penting agar calon pekerja mampu bersaing dalam industri profesional. Selain itu,

pendidikan juga berperan sebagai penambah wawasan atau pengetahuan dan landasan dalam proses pengembangan diri.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik mengenai Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang) per tahun 2021-2022, ditemukan bahwa sebanyak 2,251 juta pengangguran terbuka merupakan mereka yang pendidikan tingginya tamat pada jenjang SLTA Umum/SMU. Sedangkan hanya terdapat kurang lebih 884 ribu pengangguran terbuka yang berada pada jenjang Universitas. Mereka yang tamat pada jenjang perguruan tinggi pun tidak selalu di pastikan akan mampu mendapatkan pekerjaan ketika menamatkan pendidikannya. Namun, tentunya terdapat perbedaan kualitas tenaga kerja itu sendiri dinilai melalui rendahnya tingkat pendidikan pekerja Indonesia. Proses persaingan untuk memasuki dunia kerja saat ini, memerlukan banyak *skill* yang harus diemban oleh para *fresh graduate*.

Pertimbangannya tidak lagi hanya sekedar nilai tinggi dalam Indeks Prestasi Kumulatif (IPK), dibutuhkan lebih daripada IPK bagi seorang *fresh graduate* untuk mendapatkan nilai tambah atas dirinya. Kemampuan atau *skill* sendiri dibagi ke dalam dua jenis, yakni *soft skill* dan juga *hard skill*. Menurut Nadiem Makarim selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud) pada Kompas.com, memaparkan bahwa dunia pendidikan mampu membantu masyarakat untuk menguasai *hard skill* dan juga *soft skill*. Kedua kemampuan ini sangat diperlukan bagi tenaga kerja Indonesia agar lebih mudah dilirik oleh dunia usaha dan dunia industri. Sedangkan Dalam (Rokhmadi, 2014: 1376), Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Harvard University Amerika Serikat dalam (Rokhmadi, 2014), dikemukakan hasil bahwa *hard skill* hanya menyumbang setidaknya 20% dalam kesuksesan dunia kerja, sedangkan sebanyak 80% kesuksesan dihasilkan karena penguasaan *soft skill*.

Soft skill sendiri meliputi penguasaan atau kemampuan dalam berkomunikasi, berpikir kritis, memecahkan masalah, *teamwork*, *leadership*, inovatif dan kreatif, *time management* (Rokhmadi, 2014). Seiring pesatnya perkembangan IPTEK, para *fresh graduate* juga diharapkan memiliki kemampuan untuk mengelola media sosial dan juga mengoperasikan komputer. Saat ini banyak perusahaan mengharapkan seorang *fresh graduate* mampu menguasai seluruh runtutan *skill* diatas. Tinggi nya ekspektasi dan persyaratan dari perusahaan menyebabkan kurangnya penyerapan *fresh graduate* beberapa waktu

terakhir. Permasalahan ditambah karena kurangnya kesadaran dari para mahasiswa untuk meningkatkan nilai dirinya sedini mungkin agar saat studinya telah selesai, citra baik mereka ikut selesai terbentuk.

Dalam menguasai *skill*, terdapat komponen yang diperlukan untuk menambah nilai diri. Hal ini agar memudahkan kita dalam proses memasuki dunia kerja, komponen yang dibutuhkan adalah sebuah pengalaman. Pengalaman memiliki peranan yang penting dalam memupuk kemampuan diri, karena tata cara untuk menerapkan dan menguasai *soft skill* tidak ada dalam modul selama studi, semua didapatkan berdasarkan pengalaman yang diperoleh oleh masing-masing individu. Selain untuk memupuk keterampilan dan kemampuan diri, memiliki pengalaman terjun langsung ke dunia profesional dibutuhkan untuk bekerja di suatu perusahaan. Sebab beberapa perusahaan telah menetapkan persyaratan mengenai pengalaman yang harus dimiliki para *fresh graduate* untuk dapat bekerja di perusahaan mereka.

Para *fresh graduate* perlu untuk memiliki pengalaman terjun ke dalam bidang karier minimal 1 tahun. Hal tersebut diperlukan agar mereka tidak buta mengenai gambaran bagaimana cara berkontribusi dalam suatu perusahaan dan juga melatih untuk menerapkan *soft skill* yang mereka miliki. Untuk memperoleh pengalaman tersebut, kita bisa didapatkan melalui program kerja profesi. Kerja profesi sendiri merupakan sebuah kesempatan untuk para mahasiswa untuk terjun langsung ke dalam dunia industri yang akan mereka tekuni nantinya. Dengan kesempatan untuk dapat masuk langsung ke dalam dunia kerja memberikan para mahasiswa *space* untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang mereka dapat selama studi sebelumnya. Selain itu mahasiswa dapat lebih mengenal situasi dan suasana ruang lingkup dunia kerja dari industri yang nantinya akan menjadi ekosistem kerja mereka.

Banyaknya *benefit* yang dapat diambil dari kerja profesi, membuat Universitas Pembangunan Jaya mengharuskan para mahasiswanya untuk mengikuti kesempatan ini agar dapat meraih banyak pengalaman dan pengembangan diri, khususnya juga bagi mahasiswa dengan jurusan *public relations*. Kerja Profesi atau yang disingkat KP merupakan mata kuliah prasyarat kelulusan dari Universitas Pembangunan Jaya yang memiliki bobot tiga sks dan dilakukan minimal selama 400 jam. KP memiliki tujuan agar dapat memberikan gambaran secara komprehensif kepada mahasiswa/mahasiswi mengenai dunia

kerja nyata, dan kesempatan pengaplikasian teori yang selama ini diberikan di bangku kuliah. Selain itu KP juga dapat melatih proses menganalisis teori dan praktik mahasiswa sesuai dengan kompetensi Program Studi Ilmu Komunikasi dalam ranah lingkungan perusahaan.

Adanya program kerja profesi ini juga sangat membantu praktikan dalam mengetahui industri yang berhubungan dengan jurusan *public relations*. Program kerja profesi ini menempatkan mahasiswa jurusan *public relations* untuk bekerja di tempat yang menjalankan prospek kerja *public relations*, seperti perusahaan yang mempekerjakan seseorang berlatar belakang kehumasan atau kehumasan daring (*public relations digital*) antara lain seperti *Digital Marketing*. Dalam ruang lingkup pekerjaan *digital marketing*, terdapat peran dan posisi yang disebut sebagai *social media specialist*. *Social media specialist* merupakan sebuah peran yang ditanggung oleh seseorang dengan bertanggung jawab sebagai perwakilan di seluruh *platform* media sosial perusahaan yang diwakilinya. *Social media specialist* juga memiliki peran untuk dapat membantu perusahaan agar mampu menumbuhkan *online presence* perusahaan.

Proses digitalisasi juga terjadi pada kegiatan komunikasi pemasaran atau *Social media specialist*. Dimana kegiatan komunikasi pemasaran kini mulai beralih dan lebih memanfaatkan *platform* media sosial agar dapat menjangkau publik yang lebih luas, ini juga merupakan salah satu tren pemasaran yang berkembang di era digital. Pada era saat ini, pemasaran digital tidak memiliki batas, dimana perusahaan dapat menggunakan perangkat apa saja seperti *smartphone*, *tablet*, *laptop*, TV, konsol game, billboard digital, serta media seperti jejaring sosial, *SEO* (optimasi mesin pencari), video, konten, email, dan lainnya untuk mempromosikan perusahaan itu sendiri, serta produk dan layanannya yang dimiliki (Idrysheva et al., 2019). Adanya perkembangan, perubahan tren dan pemanfaatan media sosial dalam kegiatan *social media specialist* membuat pengalaman magang pada divisi *socmed specialist* menjadi bermanfaat dan penting bagi praktikan.

Salah satu perusahaan yang dipilih oleh praktikan untuk memberikan pengalaman kerja profesi bagi praktikan ialah Perusahaan Deka Insight. Perusahaan Deka Insight sendiri menempatkan praktikan dengan jurusan *public relations* dari Universitas Pembangunan Jaya ke dalam divisi *Corporate Communication & Product Development* bagian *Social media specialist* dengan peran sebagai *social media specialist*. Selama menjalankan kerja profesi di bagian

social media specialist, beberapa gambaran pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan sebagai mahasiswa *public relations* adalah membuat dan mengolah proses pengiklanan pada konten *social media* milik Deka Insight, menyusun penulisan konten dan *caption* yang akan diunggah pada media sosial Instagram Deka Insight, membuat dan memproduksi konten – konten video berupa *reels* untuk media sosial Deka Insight. Selain itu terdapat juga beberapa kegiatan yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan mulai dari menetapkan isu yang akan diangkat, melakukan riset konten, menentukan wadah media sosial mana yang akan digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, menetapkan tujuan & target audiens, membuat perencanaan kemudian memproduksi dan mengimplementasikannya dalam bentuk konten. Praktikan juga melakukan evaluasi konten media sosial untuk kebutuhan promosi.

Tidak hanya itu, praktikan juga melakukan kegiatan dan peran sebagai seorang *content creator* selama melaksanakan kerja profesi di Deka Insight. Berbeda dengan peran utama praktikan sebagai *social media specialist*, peran sebagai *content creator* merupakan peran tambahan yang dilakukan oleh praktikan. Dalam kegiatan *content creator* praktikan mengimplementasikan kegiatan yang juga dilakukan sebagai seorang *social media specialist*, dimana praktikan juga menyusun ide dan perencanaan konten (*content ideation*) dan proses produksi konten (*content creation*), namun kegiatan *content creator* tersebut praktikan juga berinteraksi dengan proses pengonsepan visual dari sebuah video dan juga kegiatan praktikal berupa penyuntingan video melalui *software editing video*. Sebagai *content creator*, praktikan juga berperan untuk menjadi wajah atau model pada konten – konten video yang akan dipublikasikan pada akun media sosial Deka Insight.

Kerja profesi sebagai *social media specialist* memberi kesempatan para mahasiswa *public relation* khususnya praktikan untuk dapat mengembangkan pengetahuan serta *soft skill* yang akan berguna untuk dipakai saat terjun ke dunia kerja profesional. Pengalaman dari kerja profesi ini akan sangat membantu para mahasiswa yang akan segera menyelesaikan studi agar dapat menjadi *fresh graduate* yang sesuai dengan ekspektasi serta persyaratan yang dimiliki kebanyakan perusahaan nantinya. Sehingga para *fresh graduate* yang pernah mengemban pengalaman di program kerja profesi dapat mudah terserap menjadi tenaga kerja sebuah perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1. Maksud Kerja Profesi Sebagai *Social Media Specialist* Deka Insight

Maksud dari dilaksanakannya kerja profesi oleh praktikan sebagai *social media specialist* pada Deka Insight diantaranya sebagai berikut:

1. Mempelajari lebih dalam secara langsung mengenai pengimplementasian bidang Ilmu Komunikasi, terkhususnya pada bidang *public relations digital*.
2. Mampu meningkatkan dan melatih *soft skill* praktikan.
3. Mampu mengimplementasikan pemahaman terakait konsep teori dan praktik dari peminatan *public relations* yang di aplikasikan dalam perencanaan dan pendistribusian konten informatif dan *content marketing* yang sesuai target dan menarik perhatian audiens.
4. Mempelajari lebih dalam mengenai kegiatan *social media specialist* secara nyata menggunakan pemasaran melalui *social media* seperti membuat dan memproduksi konten serta melakukan evaluasi pada konten.
5. Mempelajari bagaimana bekerja dalam industri riset dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi.

1.2.2. Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman bekerja dalam divisi *Corporate Communication & Product Development* sebagai *social media specialist*.
2. Mampu melakukan pengelolaan dan mengembangkan kreativitas praktikan dengan cara memproduksi konten promosi media sosial berdasarkan program kegiatan yang dijalankan.
3. Mampu mengembangkan dan memproduksi konten kreatif di media sosial melalui proses perencanaan, produksi, implementasi dan evaluasi.
4. Memiliki pemahaman dan wawasan baru terkait informasi dunia profesional, seperti persiapan karir dan pelatihan *softskill*.
5. Merasakan dan mengetahui secara nyata dan langsung mengenai proses kerja dan berkomunikasi dalam perusahaan riset.

1.3. Tempat Kerja Profesi

Deka Insight merupakan sebuah perusahaan riset pasar independen terkemuka di Indonesia yang menyediakan jasa riset. Di dirikan sejak 1995 di Jakarta oleh Irma Malibari sebagai *Founder*, Deka Insight berhasil menjadi

perusahaan riset pasar terbesar ke empat di Indonesia. Dimana hal ini dibuktikan oleh Deka dengan mampu memiliki cakupan pasar yang besar dengan sebaran perusahaan yang terdapat pada daerah perkotaan dan pedesaan, serta didukung juga dengan kemampuan Deka sebagai perusahaan untuk memiliki sebanyak 20 kantor perwakilan, serta 5 cabang perusahaan di seluruh Indonesia. Selama berproses sebagai perusahaan jasa layanan riset independent, Deka Insight mampu diakui secara internasional, terbukti dengan merasa terhormat untuk hadir dalam ESOMAR Asia Pacific *Conference* selama tiga tahun berturut-turut (2014, 2015 dan 2016).

Mengusung slogan "*Your professional partner in achieving your business objectives*" Deka Insight hadir untuk memiliki citra dan dipandang sebagai *partner* kerjasama perusahaan riset profesional yang akan membantu perusahaan lain sebagai klien mereka, agar mampu mencapai tujuan akhir yang klien mereka inginkan. Deka Insight sendiri memberikan layanan jasa berupa bantuan dan wawasan berharga bagi klien untuk mencapai tujuan pemasaran, keuangan, sosial, dan transformasional mereka. Deka menerapkan teknologi terbaru untuk proyek penelitian, alat analisis, manajemen data, dan sistem intelijen bisnis. Selama berdiri Deka Insight mampu meraih sertifikasi ISO 20252 pertama di Indonesia sebagai jasa layanan untuk riset pasar, opini, dan sosial. serta merupakan anggota aktif dari asosiasi lokal dan internasional. Deka Insight mampu berhasil menyelesaikan berbagai studi analisis lengkap untuk berbagai industri dalam lebih dari 25 tahun. Deka Insight juga memiliki pengalaman profesional lainnya yaitu dapat bergerak selama 1 tahun sebagai Junior Research perwakilan UNICEF Indonesia.

Alasan praktikan memilih Deka Insight sebagai tempat kerja profesi yaitu karena praktikan ingin mempelajari dan mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana perkembangan industri jasa riset pasar yang dibutuhkan hampir oleh seluruh perusahaan. Kemudian praktikan juga ingin mempelajari bagaimana industri jasa riset mengelola dan mengembangkan akun media sosial mereka sebagai perantara promosi, informasi dan edukasi. Dengan adanya perkembangan internet yang begitu pesat, kini banyak perusahaan yang mulai menggunakan media sosial karena mengetahui pentingnya media sosial sebagai wadah perusahaan untuk melakukan promosi atau *marketing*.

1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1 1. Tabel Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

NO	KEGIATAN	BULAN																							
		APR				MEI				JUN				JUL				AGST				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, <i>portfolio</i> dan <i>Cover Letter</i>																								
2	Pencarian tempat kerja profesi																								
3	Mengirim CV, <i>portfolio</i> dan <i>Cover Letter</i> ke Deka Insight																								
4	Mendapatkan panggilan <i>interview</i> dari Deka Insight																								
5	Diterima di Deka Insight																								
6	Menyerahkan surat pengantar prodi																								
7	Mengajukan surat penerimaan kerja profesi																								
8	Pelaksanaan KP : 504 jam																								
9	Membuat laporan KP																								
10	Mengumpulkan laporan KP																								

Pada minggu ketiga di Bulan April praktikan mulai membuat seluruh kebutuhan dan keperluan yang diperlukan ketika melamar pekerjaan yaitu berupa *CV, cover letter, portofolio, serta resume* (sesuai kebutuhan perusahaan). Setelah mempersiapkan seluruh dokumen tersebut, di minggu pertama hingga minggu keempat pada bulan Mei praktikan disibukkan dengan melamar dan mengajukan beberapa Kerja Profesi ke berbagai macam perusahaan seperti Grab.com, Sociolla, Detik.com dan masih banyak lagi. Disaat yang bersamaan praktikan juga mengirimkan dokumen penunjang seperti *CV, cover letter, dan portofolio* melalui narahubung perusahaan baik berupa *e-mail* atau *website karir* resmi dari masing-masing perusahaan, serta portal *website* pencaharian kerja seperti Glints, Kalibr dan LinkedIn. Praktikan kemudian terus mencoba untuk mencari lowongan pekerjaan serta mengirimkan dokumen. Minggu keempat bulan Mei, praktikan kembali mencoba untuk mengirimkan dokumen tersebut ke perusahaan riset Deka Insight.

Masih di minggu yang sama, praktikan mendapatkan undangan *interview* dari Deka Insight pada 30 Mei 2022, kemudian pada 1 Juni 2022 praktikan mendapat informasi dari HRD melalui *whatsapp* bahwa praktikan diterima bekerja di Deka Insight pada divisi *Corporate Communication & Product Development* sebagai *Social media specialist* khususnya berperan sebagai *social media specialist*. Kemudian pada bulan Juni minggu pertama tempatnya pada tanggal 7 Juni 2022 praktikan sudah dapat melaksanakan program kerja profesi sesuai dengan jadwal yang telah dianjurkan dan ditetapkan oleh Universitas Pembangunan Jaya. Kemudian praktikan mulai menyusun dokumen – dokumen yang dianjurkan oleh kampus dan diperlukan bagi perusahaan penerima kerja profesi, seperti formulir penerimaan kerja, formulir laporan harian dan surat pengantar prodi kepada perusahaan.

Dalam pelaksanaan mata kuliah kerja profesi (KP), Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kerja profesi dilakukan paling sebentar selama 400 jam. Yang dihitung selama 3 bulan kerja. Praktikan melakukan kerja profesi ini terhitung sejak tanggal 7 Juni hingga 7 September, dengan jam kerja 8 jam per hari mulai dari jam 8.30-17.30. Maka dari itu praktikan sudah melakukan kerja profesi melebihi dari waktu yang telah ditentukan oleh Universitas Pembangunan Jaya. Dimana praktikan menyelesaikan masa kerja profesi selama 504 jam dan sudah melewati batas minimal universitas.