

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relation (PR) mungkin sudah tidak asing bagi banyak remaja yang akan memasuki jenjang perguruan tinggi, Public Relation sendiri sudah ada di Indonesia sama tuanya seperti berdirinya Indonesia itu sendiri, Namun perkembangannya sehingga banyak diketahui banyak masyarakat Indonesia sendiri mungkin awal abad 20, Public Relation sendiri banyak berkontribusi pada Kemerdekaan Indonesia hingga saat ini.

Berdasarkan IndonesiaPR.id pada Tahun 2020 menjelaskan bahwa Public Relation (PR) merupakan istilah yang sudah tak asing untuk didengar. Dalam perkembangannya, sejarah PR bisa dikatakan sama tuanya dengan keberadaan masyarakat itu sendiri. Sejarah perkembangan PR dimulai sekiranya pada abad ke-15, namun perkembangan yang bisa dilihat cukup pesat bisa dilihat pada abad 19 atau awal abad 20. Tentu perkembangan PR sendiri memiliki banyak perbedaan di setiap negara. Di Indonesia sendiri perkembangan PR bisa dibagi menjadi 5 periode sesuai dengan sejarah dan peristiwa yang terjadi di Indonesia itu sendiri.

Berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang pengelolaan Komunikasi public. Pemerintah berharap agar pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan public terhadap program dan kebijakan pemerintah. Dalam format yang lebih luas, PR berkontribusi implementasi kebijakan public, penyebaran informasi kegiatan ke public, penguatan ikatan internal, Kerjasama dengan media, serta menggalan dukungan ke kementerian.

Melihat keuntungan serta potensi dalam pemanfaatannya, PR kemudian menjadi disiplin baru bagi pemerintahan di Indonesia. Dengan tidak melihat keuntungan finansial dan keberlangsungan organisasi, pemerintah berpikir bahwa membentuk reputasi serta dukungan public dan stakeholder menjadi sama pentingnya bagi pemerintahan itu sendiri. Dari pemikiran tersebutlah lahir pemahaman Government Public Relations (GPR) untuk membuat masyarakatan

yakin dan mengetahui apa yang dilakukan pemerintah dan ikut serta berpartisipasi dalam pembangunannya.

Penerapan disiplin PR pada pemerintahan diharapkan dapat mendukung serta memperkuat pelayanan masyarakat. Dapat dilihat pada masa pandemic covid-19 PR banyak memberikan andil besar dalam penyebaran informasi positif dimana banyak profesi PR membantu upaya-upaya pemerintah dalam mengatasi pandemic dengan tidak memberikan informasi yang bersifat negatif dengan cara berkolaborasi dengan pemerintah untuk membangun informasi yang positif dan memotivasi, yang diharapkan mampu memberikan informasi guna mengatasi permasalahan social akibat pandemic yang sedang terjadi di masyarakat.

Menurut BPS (Badan dan Pusat Statistik) menunjukkan bahwa adanya tingkat penurunan presentase pengangguran di Indonesia pada february 2022 dibandingkan february 2021. Maka tingkat pengangguran terbuka di Indonesia pada february 2022 sebesar 5,83% yang dibandingkan tahun lalu maka persentasenya menurun yang dimana pada february 2021 sebesar 6,26%. Namun angka tersebut masih belum mencapai angka pada february 2020 tepat sebulan sebelum Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan bahwa Covid-19 merupakan pandemic global, yang dimana banyaknya tenaga kerja yang diberhentikan secara sepihak. Pada february 2020 angka pengangguran saat itu hanya sebesar 4,94%.

Menurut data pengangguran yang disediakan oleh BPS maka dari itu Universitas Pembangunan Jaya juga mewajibkan kepada mahasiswanya untuk menjalani KP (Kerja Profesi) yang bertujuan agar mahasiswa mampu melihat bagaimana dunia kerja yang tersedia sebelum mahasiswa itu sendiri turun dalam dunia kerja yang ada nantinya. Mahasiswa wajib menjalani Kerja Profesi setidaknya selama 3 bulan guna memenuhi persyaratan yang diberikan oleh Universitas.

Parla adalah agency yang dinaungi oleh PT Cari Karya Kreatif yang bergerak dibidang jasa yang sedang berfokus kepada pengelolaan akun media social, maka dari itu saya pribadi memilih perusahaan ini yang untuk memenuhi persyaratan dari Universitas. Mengelola akun media social dimulai dari IG sampai dengan mempelajari bagaimana system bekerja dari ADS atau Iklan yang ada di media social mampu mendukung laporan Kerja Profesi yang saya butuhkan .

selama 3 bulan saya akan mempelajari bagaimana mengelola media social dari IG Story, Feeds, Pengelolaan ADS guna menaikan minat pengguna media social itu sendiri, serta saya akan diberikan kesempatan untuk ikut andil dalam berkontribusi kepada Klient.

Melakukan sesuatu hal yang bersangkutan dengan pengurusan media social dari berbagai macam perusahaan, pastinya membutuhkan pekerja magang untuk membantu pengelolaan akun media social serta memberikan ilmu baru kepada pekerja magang agar lebih mengetahui apa saja yang akan di kerjakan kedepannya. Hal tersebut sangat berkaitan dengan pembelajaran yang diberikan oleh universitas, pembelajaran dari universitas mengenai bagaimana fungsi PR bekerja mampu dijadikan praktik bagi para mahasiswa untuk menjalankan Kerja Profesi yang dimana hal tersebut berkaitan dengan pembelajaran yang diterima oleh para mahasiswa, membangun nama baik dari sebuah perusahaan melalui akun media social merupakan salah satu fungsi PR, dengan menjalankan tugas tersebut pastinya pekerja magang membutuhkan banyak ilmu baru seperti editing yang bisa didapat dari Program Studi lain yang diberikan fasilitas oleh universitas dengan yang adanya kelas KOTA dimana mahasiswa bisa mengambil mata kuliah dari Program Studi lain yang akan sangat membantu untuk praktik Kerja Profesi.

Mahasiswa yang sudah mempelajari banyaknya mata kuliah yang diberikan oleh Universitas seperti Pengantar Hubungan masyarakat yang membantu dalam proses Kerja Profesi dimana mahasiswa mengetahui bagaimana peran dan fungsi PR, Produksi Hubungan Masyarakat serta Hubungan Masyarakat online juga ikut berperan bagi mahasiswa bagaimana Praktik untuk menguasai bagaimana perencanaan kampanye agar mampu dengan mudah diiterima oleh masyarakat luas dengan cara memvisualisasikan agar lebih menarik dan mudah diterima oleh khalayak luas. Media Audio Visual ikut membantu mahasiswa bagaimana cara penggunaan serta bagaimana cara pengambilan gambar serta pembuatan konten visual yang menarik.

Dengan materi yang sudah didapat mahasiswa dari mata kuliah yang diberikan Universitas maka dari itu mahasiswa membutuhkan kesempatan untuk turun langsung merasakan serta mempraktikan secara langsung bagaimana materi yang didapat untuk diterapkan secara langsung pada kesempatan Kerja Profesi yang disediakan oleh Universitas. Praktik Kerja Profesi ini juga diharapkan mampu mempersiapkan mahasiswa untuk menguasai bidang pekerjaan

kedepannya, dengan turun langsung untuk praktik nyata dengan instansi terkait akan membentuk mahasiswa kedepannya.

Dalam praktik Kerja Profesi ini saya diberikan kesempatan untuk mengelola akun media social dari sebuah perusahaan BUMN yang bergerak dibidang Saham dimana saya mengelola IG story, Feeds, serta ADS dari akun media social tersebut. Dengan pekerjaan seperti itu saya harus banyak mempelajari hal baru mulai dari bagaimana proses pembuatan konten yang akan di unggah di media social dengan mempelajari aplikasi adobe yang menjadi basis dari proses produksi konten yang akan di publikasikan.

Dengan banyaknya hal baru yang saya dapat jadi lebih mengetahui bagaimana proses ADS serta bagaimana cara penggunaan aplikasi Adobe guna proses produksi, bagaimana jam kerja yang ada pada instansi tersebut, bagaimana perilaku yang kita dapat dari internal maupun eksternal instansi Ketika kita membuat sebuah kesalahan. Dengan banyaknya pelajaran yang didapat diharapkan mahasiswa mampu menjadi pribadi yang lebih siap untuk turun langsung dalam dunia kerja Ketika mahasiswa lulus dari Universitas.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mengimplementasikan pengetahuan yang didapat oleh mahasiswa di Universitas pada saat mempelajari mata perkuliahan.
2. Mempelajari Media Social dalam perancangan konten maupun proses editing dan juga media social ads.
3. Mendapatkan pengetahuan baru dan juga meningkatkan pengetahuan yang sudah ada lalu diterapkan di dunia pekerjaan secara professional.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Mengetahui bagaimana lingkungan yang ada pada dunia kerja secara professional dalam bidang Hubungan Masyarakat melalui media social.
2. Menerapkan ilmu yang telah didapat dalam bidang pekerjaan Digital Public Relations
3. Mahasiswa mengetahui apakah teori yang dipelajari dengan praktik nyata dilapangan berkesinambungan

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat: Parla Creative Agency

Alamat: Jl. Kerinci VIII no. 28 Kebayoran Baru. Jakarta, 12120. Indonesia

Email: Parla.inc@gmail.com

Divisi: Support Tim

Agency ini menjadi Lembaga pilihan yang dipilih oleh mahasiswa dalam menjalankan program Kerja Profesi. Agency Parla didirikan pada tahun 2012 dan mendapatkan penghargaan ternama pada tahun 2018 penghargaan Indonesia Awards 2018 dari majalah penghargaan Indonesia sebagai “Indonesia Best Wedding Organizer” dan juga “Best Start Up Creative Industry” yang ditujukan kepada seluruh merek dagangnya termasuk Parla agency sehingga Sebagai wujud dalam PT Cari Karya Kreatif untuk melebarkan sayap nya dengan mendaftarkan brand baru yaitu Agency Parla pada 2019.

Alasan praktikan memilih Parla Creative Agency ini menjadi tempat sebagai Program Kerja Profesi dikarenakan praktikan ingin mengetahui bagaimana tim dari Social Media Specialist pada agency melakukan tugasnya dalam memegang sebuah akun media social dari sebuah perusahaan yang digunakan untuk membangun branding dari perusahaan tersebut. Serta praktikan ingin mendapatkan ilmu baru yang akan didapat jika bergabung kerja profesi pada Parla Creative Agency ini, akan mendapatkan ilmu mengenai media social, editing, dan juga social media Ads. Praktikan juga berharap bergabung pada Parla Creative Agency ini pada program Kerja Profesi yang harus dilaksanakan akan membantu mahasiswa mendapatkan ilmu baru serta pengalaman sebelum memasuki dunia kerja kedepannya. Bergabungnya praktikan pada Parla Creative Agency juga diharapkan akan membantu Universitas dalam mendapatkan pengetahuan baru sebagai pembelajaran yang ada untuk memasuki dunia kerja bagi mahasiswa, serta bagi perusahaan mampu untuk mendapatkan informasi tambahan dari mahasiswa terkait ilmu yang didapat dari perguruan tinggi yang mungkin bisa di terapkan dalam proses kerjanya dalam perusahaan.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No.	Kegiatan	Bulan					
		April	Mei	Juni	Juli	Agt	Sept
1.	Mempersiapkan CV						
2.	Mencari perusahaan yang membuka lowongan magang, dan menghubungi teman yang memiliki koneksi dengan perusahaan						
3.	Mengirimkan CV						
4.	Interview via Chat bersama HRD						
5.	Briefing pembahasan job desk yang akan dilakukan selama periode KP						
6.	Masa periode KP sebagai content creator pada divisi Digital PR						
7.	Menyusun Laporan Kerja Profesi						

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi (Sumber: Dokumen Pribadi)

Persiapan yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mengikuti program kerja profesi dimulai pada bulan April dengan langkah awal adalah mempersiapkan CV yang sudah di perbaharui yang digunakan untuk kebutuhan proses melamar magang pada beberapa perusahaan yang

dituju oleh mahasiswa kemudian mahasiswa mencari dan melamar pada beberapa perusahaan terkait guna melaksanakan program kerja profesi yang diadakan oleh perguruan tinggi dan mahasiswa berhasil untuk mendapatkan panggilan dan mahasiswa berhasil untuk melakukan wawancara Bersama tim terkait dari Parla Creative Agency dan pada saat wawancara tim hanya menanyakan terkait pengetahuan praktikan terhadap social media specialist dan tidak lama praktikan Kembali dihubungi untuk kemudia mempersiapkan berkas yang dibutuhkan perusahaan dan kemudian akan melaksanakan tanda tangan kontrak dengan perusahaan kemudian praktikan dihubungi untuk melakukan pembelajaran apa saja yang akan dikerjakan jika memang praktikan yakin untuk bergabung Bersama perusahaan ini, kemudian setelah yakin dengan pekerjaan yang akan dipegang oleh praktikan maka praktikan resmi bergabung Bersama Parla Creative Agency pada tanggal 7 juni 2022 dan praktikan menjalani kerja profesi pada perusahaan selama 3 bulan yang berakhir pada 9 september 2022. Praktikan menjalani program Kerja Profesi pada Parla Creative Agency selama 3 bulan guna memenuhi kebutuhan Program Kerja Profesi yang diwajibkan oleh Universitas Pembangunan Jaya, selama praktiknya praktikan menghabiskan waktu kerja profesi yang dibagi menjadi dua bagian yaitu WFO (work form office) dan juga WFH (work form home) namun tidak jarang juga tim kreatif lebih memilih untuk bekerja di kafe maupun tempat kopi lainnya yang bertujuan agar kerja lebih santai tidak terbebani apapun sehingga kinerja akan meningkat. kemudian praktikan melakukan penyusunan laporan kerja profesi yang telah dilakukannya selama 3 bulan pada perusahaan Parla Creative Agency, penyusunan laporan ditujukan guna memenuhi syarat kepada perguruan tinggi untuk salah satu syarat kelulusan.