

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Peran *content writer* menjadi bagian tak terpisahkan dari sektor komunikasi pemasaran dan periklanan digital. Dengan adanya platform-platform digital yang semakin berkembang, kehadiran *content writer* menjadi semakin vital dalam memenuhi kebutuhan pemasaran dan bisnis. Selain itu, *content writer* juga memiliki peranan penting dalam kegiatan penulisan media. Di era digital saat ini, penulisan media terutama difokuskan pada platform digital seperti situs web, blog, portal berita, *marketplace*, dan media sosial, dengan tujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan jumlah pengunjung. Jasa *content writer* bergantung pada kemampuan seseorang dalam menciptakan konten berita dan artikel yang relevan untuk platform-platform digital tersebut. (Windyaningrum, 2019).

Content writer biasanya bertanggung jawab untuk menulis berbagai jenis konten yang berkaitan dengan berita, informasi produk, promosi, atau hiburan yang ditujukan kepada pembaca. Namun, di Indonesia, tingkat literasi penduduk masih rendah, menempatkan negara ini di peringkat kedua terendah dalam hal literasi dunia. Data UNESCO menunjukkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia sangat rendah, dengan hanya sekitar 0,001% dari 1.000 orang Indonesia yang aktif dalam membaca. Oleh karena itu, *content writer* juga memiliki tanggung jawab untuk menciptakan tulisan yang menarik dan bermanfaat bagi masyarakat luas, baik itu berupa berita maupun karya tulis lainnya, agar lebih banyak dibaca oleh masyarakat dan memberikan manfaat (Kominfo, 2017). Dalam konteks ini, *content writer* memiliki tanggung jawab besar untuk terus belajar dan meningkatkan diri.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi sudah selayaknya memiliki kemampuan penulisan, termasuk kemampuan melakukan riset, menyaring informasi-informasi yang pantas dan tidak untuk diterima yang nantinya akan dikemas kembali dengan memperhatikan Beberapa aspek penting yang harus diperhatikan oleh *content writer* adalah penggunaan bahasa yang baik dan benar secara efektif, menyajikan informasi yang akurat, serta memastikan bahwa konten yang mereka hasilkan

bermanfaat bagi pembaca di berbagai media. Di Universitas Pembangunan Jaya, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi di perguruan tinggi negeri swasta tersebut, terdapat mata kuliah yang dikenal sebagai Kerja Profesi (KP), atau yang umumnya dikenal sebagai magang. Magang ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendapatkan wawasan dan pengalaman praktis mengenai industri yang relevan dengan bidang studi mereka. Tujuannya adalah agar mahasiswa memiliki kompetensi yang cukup untuk melaksanakan tugas sesuai dengan bidang yang mereka tekuni. Mata kuliah Kerja Profesi menjadi salah satu upaya Universitas Pembangunan Jaya untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa tentang dunia kerja, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi. Melalui magang ini, mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh selama perkuliahan, baik secara teori maupun praktik, dan mengembangkan kompetensi mereka di dunia kerja. Selama menjalani magang, mahasiswa juga memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan "*soft skill*" dan "*hard skill*." Dengan persaingan yang semakin ketat di dunia kerja, pengalaman ini menjadi modal berharga bagi mahasiswa untuk bersaing dan mendapatkan posisi dalam industri yang menuntut keahlian dan keterampilan yang kompeten.

Mata kuliah Kerja Profesi merupakan salah satu komponen wajib di Universitas Pembangunan Jaya dan menjadi syarat untuk mencapai kelulusan. Dengan bobot 3 Satuan Kredit Semester (SKS), mata kuliah ini harus diambil oleh semua mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, termasuk yang mengambil *minor broadcasting journalism* maupun *public relations*, pada semester 7. Untuk mengikuti Kerja Profesi, mahasiswa harus telah menyelesaikan minimal 100 SKS. Selama pelaksanaan Kerja Profesi, mahasiswa diwajibkan menjalani magang selama 3 bulan dengan total minimal 400 jam kerja, dengan batasan maksimal 8 jam per hari (Universitas Pembangunan Jaya, 2021). Mahasiswa yang memenuhi syarat ini diberikan kebebasan untuk memilih perusahaan tempat mereka akan menjalani Kerja Profesi. Proses ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis di dunia kerja kepada mahasiswa, sehingga mereka dapat menerapkan teori dan konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan.

Program Studi Ilmu Komunikasi memberikan kebebasan kepada mahasiswa untuk memilih perusahaan tempat mereka menjalani kerja profesi, asalkan sesuai dengan lingkup program studi tersebut. Mahasiswa diberi

kebebasan untuk memilih perusahaan media, agensi, atau bidang lain yang sesuai dengan fokus minor yang mereka ambil, misalnya broadcasting journalism. Mahasiswa melakukan berbagai upaya, seperti pencarian sendiri, menggunakan relasi, atau mencari informasi melalui media sosial, untuk menemukan perusahaan yang sesuai dengan bidang minor mereka, seperti agensi media.

Pelaksanaan kerja profesi di perusahaan agensi media saat ini semakin meluas sejalan dengan kemajuan teknologi dan informasi, terutama dalam ranah media digital. Melibatkan diri dalam kerja profesi di perusahaan media digital memberikan manfaat besar bagi mahasiswa, karena mereka dapat memahami perkembangan terkini dalam industri media. Dinamika industri ini terjadi dengan cepat melalui sistem digital, memungkinkan mahasiswa melihat secara langsung bagaimana kekuatan dunia digital mampu menjangkau khalayak secara luas terkait informasi mengenai brand dan hal lainnya. Pada prosesnya, perusahaan media digital tempat praktikan melaksanakan kerja profesi tidak hanya membantu *brand-brand* dalam mempromosikan produk ataupun jasa dalam dunia digital, tetapi juga mempunyai kanal yang menyediakan beragam informasi melalui artikel yang membahas topik tertentu. Perusahaan media digital tempat praktikan melaksanakan kerja profesi menyediakan kanal Digation.id dan Kanya.id untuk memberikan informasi terkait teknologi dan ekonomi kreatif dan informasi yang diperuntukan bagi keluarga (ibu rumah tangga, hubungan, kesehatan, kecantikan, bayi dan anak-anak). Digation.id dan Kanya.id dapat diakses dengan mudah oleh khalayak dengan internet.

Di era digital saat ini, seorang *content writer* menjadi sosok yang sangat penting, sebagai seorang penulis profesional yang bertugas menciptakan konten-konten menarik di berbagai platform online. Konten yang diciptakan bisa berupa artikel, blog, postingan di media sosial, atau jenis konten lain yang disajikan secara online. Selain kemampuan menulis, seorang *content writer* juga harus memastikan bahwa konten yang diproduksinya memiliki keterkaitan dan kesejajaran yang konsisten, baik dengan *website*, gambar, maupun tulisan yang ada (Windyaningrum, 2019).

Dengan arah pergeseran menuju komunikasi elektronik, penulis konten kini dihadapkan pada tuntutan untuk mengembangkan keterampilan baru dan memperluas pengetahuan mereka dalam menulis konten, tidak hanya untuk media cetak tetapi juga untuk platform online (Marcia, 2019). Namun, seringkali panduan

penulisan konten sulit dipahami oleh penulis, menyebabkan mereka memerlukan alat bantu untuk mengatasi panduan yang mungkin ambigu, bertentangan, atau sulit diterapkan. Oleh karena itu, content writer sering kali harus menyesuaikan diri dengan kebutuhan spesifik dari perusahaan atau instansi yang menggunakan jasanya (Windyaningrum, 2019).

Kunci utama dari keterampilan seorang *content writer* di media digital adalah menerapkan prinsip dan teknik yang sama seperti menulis konten pada umumnya, yakni menjaga kejelasan, kekompakan, dan kredibilitas. Terdapat empat langkah utama dalam proses menulis konten, mulai dari menemukan ide yang menarik pembaca, mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang terpercaya dan sesuai dengan topik yang akan dibahas, merangkum bahan atau data yang relevan, hingga memulai proses penulisan dengan merumuskan judul atau headline yang menarik untuk publikasi.

Selain keempat langkah tersebut, menjadi seorang *content writer* di Indonesia juga memerlukan kemampuan untuk menyesuaikan isi konten dengan audiens target. Hal ini penting karena masyarakat Indonesia memiliki latar belakang yang beragam, sehingga konten yang dihasilkan haruslah mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Selain itu, orisinalitas juga menjadi aspek penting dalam pembuatan konten, bukan hanya untuk menjaga citra perusahaan, tetapi juga untuk mengasah kemampuan content writer dalam mengembangkan materi sehingga menghasilkan konten yang menarik dan unik.

McLuhan, seperti yang disebutkan dalam (Aprilia dkk, 2014:126), mengemukakan konsep bahwa media merupakan "*The Extension of Man*" (Perluasan Manusia), yang mengartikan bahwa media adalah perpanjangan dari diri manusia. Konsep ini menggambarkan bahwa media adalah sarana yang memperluas kemampuan manusia. Saat ini, media menjadi alat yang sering digunakan oleh instansi, komunitas, dan perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, memudahkan akses mereka terhadap informasi dan layanan-layanan lainnya. Secara definisi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 'media' dapat diartikan sebagai 'alat' atau 'sarana' (perantara).

Perusahaan media seperti agensi media yang salah satunya memproduksi artikel, tentu mengalami tantangan yakni bagaimana meningkatkan minat baca bagi para khalayak dengan membuat konten tulisan yang menarik ditambah bermanfaat bagi kehidupan pembaca. Tidak hanya sekedar memiliki kemampuan

menulis, namun juga sangat dibutuhkan karyawan dan perusahaan menuntut sejumlah kualifikasi bagi calon karyawannya yang akan menjadi penulis untuk membuat artikel atau yang lebih dikenal dengan istilah *content writer*. Perguruan tinggi tentu kini punya peran sangat penting untuk mempersiapkan lulusannya menjadi sumber daya manusia (SDM) yang akan mumpuni apabila terjun ke dunia kerja. Menghasilkan *fresh graduate* untuk masuk ke sebuah industri atau dunia kerja tentu harus dibekali dengan pengembangan *hard skill* dan *soft skill*. Salah satu pendekatan untuk memberikan pengalaman kerja langsung kepada mahasiswa adalah melalui rogram magang di perusahaan adalah kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman kerja praktis yang sesuai dengan bidang studi mereka. Praktik pengumpulan data atau informasi yang digunakan untuk membuat artikel dalam konteks komunikasi pemasaran digital tetap mengadopsi praktik jurnalistik, meskipun tidak melibatkan penerapan kode etik atau prinsip-prinsip jurnalistik yang mengikat.

- Salah satu perusahaan agensi media yang saat ini dipilih sebagai tempat melaksanakan kerja profesi praktikan adalah Brand Media Indonesia - PT. Bangun Media Indonesia (BMI), perusahaan yang berbasis *content marketing*, kreativitas dan *operational digital channels* yang menjadi tempat pilihan praktikan untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman kerja. Praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi sebagai *content writer* pada divisi media untuk menulis untuk Digation.id dan Kanya.id yang dimiliki dan dikelola langsung oleh Brand Media Indonesia. Praktikan merasa perusahaan *digital media* Brand Media Indonesia bisa menjadi wadah praktikan mengasah kemampuan dengan kreatif dan inovatif khususnya untuk meliput sebuah acara dan memproduksinya menjadi tulisan, dan artikel lainnya khususnya dalam pembahasan khusus ekonomi digital dan keluarga yang akan dibaca oleh khalayak.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1. Maksud Kerja Profesi

1. Mengetahui tugas dan tanggung jawab jurnalis atau reporter pada departemen berita di era digital.
2. Mempelajari bagaimana mencari sebuah isu atau peristiwa yang layak dan bermanfaat dijadikan sebuah artikel.

3. Melatih keterampilan sebagai reporter sesuai dengan kode etik jurnalistik saat liputan untuk dijadikan sebuah artikel.
4. Melatih keterampilan menulis, ketepatan penggunaan bahasa dan kosa kata yang baik dan benar untuk menjadi sebuah artikel.

1.2.1 Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh pengetahuan serta wawasan menulis artikel yang baik dan menarik.
2. Mendapatkan pengalaman meliput sebuah peristiwa dan kerja di lapangan bersama para karyawan pada sebuah perusahaan.
3. Mendapatkan pengalaman menjadi *talent* pada beberapa konten perusahaan.
4. Memperoleh kemampuan menulis lebih baik dari segi kerapian tulisan, penggunaan tanda baca, penggunaan kalimat efektif, dan penggunaan kalimat maupun kata dengan baik dan benar sehingga pantas disampaikan ke khalayak.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Praktikan menjalani kerja profesi di Brand Media Indonesia, sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2017. Di era saat ini, kemampuan untuk membuat website telah dimiliki oleh banyak orang, namun kemampuan untuk memelihara dan menyediakan konten yang berkualitas di dalamnya masih menjadi hal yang terbatas. Untuk itulah Brand Media Indonesia (BMI) hadir sebagai penyedia jasa media *builder specialist* yang di mulai dari *planning, ideation*, sebagai *content management, media management* sampai kepada penggunaan teknologinya. Fungsi BMI adalah bekerja mengkomunikasikan *brand* dengan mediana sehingga *linear* dengan kebutuhan masyarakat. BMI juga mempunyai *website* yang dikelola sendiri yakni Digation.id yang artikel-artikelnya membahas tentang teknologi dan ekonomi kreatif, dan Kanya.id yang artikel-artikelnya membahas informasi yang diperuntukan bagi keluarga (tentang gaya hidup, parenting, dan kesehatan. Dari kedua *website* tersebut, praktikan menjadi *content writer* untuk membuat artikel-artikel bagi Digation.id dan Kanya.id.

Praktikan memilih Brand Media Indonesia untuk menjalani Kerja Profesi (KP) karena memiliki keinginan untuk belajar menjadi seorang reporter yang mahir

dalam meliput berbagai acara atau kegiatan yang dapat dijadikan berita melalui artikel. Praktikan juga ingin meningkatkan kemampuan menulis berita atau artikel dengan lebih baik melalui pengalaman di perusahaan tersebut. Melalui membuat *content plan*, mencari ide tulisan, menata tulisan sesuai dengan format dan budaya *website* dalam penulisan (baik dari pemilihan kata, mengenal kosa kata baru, penggunaan tanda baca, dan melakukan pengumpulan data dengan praktik jurnalistik namun tidak melibatkan kode etik dan prinsip jurnalistik) tentunya sesuai dengan program studi praktikan yakni ilmu komunikasi minor *broadcasting journalism* yang berkaitan dengan pekerjaan praktikan selama melaksanakan kerja profesi.

BMI memberikan peluang bagi mahasiswa yang akan melaksanakan magang untuk menjadi penulis artikel dan reporter *intern*. Bahkan tidak hanya itu, BMI juga memberikan dukungan bagi mahasiswa dari berbagai jurusan yang sesuai dengan posisi dan pekerjaan yang dilakukan di BMI. Oleh karena itu, praktikan dengan senang hati memilih BMI sebagai tempat praktikan melaksanakan kerja profesi selama 3 bulan dengan didukung pula dengan lingkungan kerja yang menyenangkan.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Menjalani mata kuliah (KP), dalam hal ini mengikuti beberapa tahap, dimulai dari persiapan hingga masuk ke dalam tahap pelaksanaan kerja. Pada permulaan bulan April, praktikan menyiapkan *curriculum vitae* (CV) dan merangkai portofolio selesai disiapkan, praktikan langsung mengirimkan lamaran ke perusahaan-perusahaan yang menjadi target pada akhir bulan April. Setelah melamar ke beberapa perusahaan dengan melampirkan CV, portofolio, dan dokumen pendukung lainnya, praktikan menunggu tanggapan atau respon dari perusahaan-perusahaan tersebut. Sambil menunggu, praktikan menerima tanggapan dari PB Jaya Raya, Wahana Ritel Honda, dan Brand Media Indonesia. Pada awalnya praktikan mengikuti tahap wawancara di PB Jaya Raya, dan setelah tahap wawancara, sambil menunggu hasilnya, HR Brand Media Indonesia menghubungi praktikan untuk mengkonfirmasi bahwa berkas-berkas praktikan telah diterima dan akan ditinjau lebih lanjut.

Sementara menunggu informasi lanjutan dari kedua perusahaan tersebut, praktikan dihubungi oleh perusahaan Wahana Ritel Indonesia dan diinformasikan

bahwa praktikan diterima menjadi *content creator* melalui seleksi CV dan portofolio. Namun, praktikan dengan berat hati menolak karena waktu pelaksanaan yang ditawarkan melewati batas waktu yang telah menjadi ketentuan Kerja Profesi, yang paling lambat praktikan sudah harus mulai Kerja Profesi pada tanggal 19 Juni. Namun tidak lama kemudian, pada 16 Juni 2023 praktikan diundang oleh HR Brand Media Indonesia untuk wawancara di kantor BMI. Pada hari yang sama pula praktikan dinyatakan diterima magang di Brand Media Indonesia sebagai *content writer intern* pada divisi media.

Praktikan mengajukan surat pengantar kerja profesi langsung ke sekretaris program studi Ilmu Komunikasi dan surat tersebut diterima oleh praktikan pada tanggal 16 Juni 2023. Namun, karena terjadi kekeliruan dalam penulisan nama perusahaan, praktikan menerima surat yang telah direvisi pada tanggal 22 Juni 2023 dan langsung mengirimkannya ke HR Brand Media Indonesia. Dengan demikian, pada tanggal 19 Juni 2023, praktikan telah mulai menjalani kerja profesi di Brand Media Indonesia dengan kontrak yang berlaku hingga 30 September 2023. Praktikan bekerja setiap hari Senin hingga Jumat, dari pukul 10.00 hingga 18.00 WIB. Dengan ini, praktikan telah memenuhi ketentuan untuk jam kerja, yakni 440 jam kerja dengan maksimal 8 jam kerja setiap harinya selama 3 bulan.