

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Perkembangan media sosial tidak lepas dari adanya peranan teknologi yang begitu dinamis. Kemudahan akses informasi menjadi salah satu faktor terlahirnya masyarakat informasi (*information society*), menghasilkan kebutuhan informasi menjadi komoditas utama dalam tatanan masyarakat sosial. Dalam perkembangan era ini masyarakat dituntut untuk memiliki keterampilan untuk berkembang dalam membuat, mengelola, membagikan, dan menggunakan informasi dari wujud kebutuhan dalam mengelola *skill digital*. Keberadaan informasi sebenarnya tidak memiliki wujud secara fisik (*intangible*), sehingga menjadi kebutuhan massif yang mampu dikonsumsi secara bersamaan oleh masyarakat. Teknologi yang semakin canggih menjadikan informasi dikemas secara digital dan *online*.

Dengan adanya perkembangan teknologi, dalam fungsi penggunaannya kini media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat pemenuh hiburan bagi masyarakat. Melainkan kehadiran platform media sosial saat ini mampu diminati sebagai peluang besar bagi kegiatan bisnis salah satunya dalam perusahaan media. Para pelaku bisnis membutuhkan strategi pemasaran yang efektif dalam mengukur dan meningkatkan target pasar mereka, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Media tradisional seperti televisi dan radio pun memiliki tantangan yang harus dihadapi saat ini. Salah satunya adalah persaingan dunia digital atau media multiplatform. Hal ini disebutkan oleh Ketua KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) Bengkulu, Alberce Rolanda Thomas mengatakan, derasnya arus informasi seperti berita-berita yang dipublikasikan melalui media digital menjadi ancaman bagi 14 radio swasta dan 3 radio pemerintah dikarenakan peminatan radio yang semakin rendah menempati posisi terakhir untuk dinikmati oleh masyarakat dibandingkan dengan platform media sosial (Bisri & Andri, 2023).

Pada jangkauan yang lebih luas kehadiran sebuah media sosial dapat dimanfaatkan sebagai penggunaan media promosi dan publikasi mengenai program atau kegiatan yang sedang dilakukan oleh suatu perusahaan. Maka

media sosial dapat bertindak sebagai “*word of mouth*” bagi audiens karena adanya informasi yang diberikan dengan pengulangan pesan sehingga menciptakan ketertarikan bagi pendengar (Suryani, Handar, & Ekasuci, 2020).

“*Word of mouth*” mampu menjadi pengaruh baik terhadap sebuah *engagement* dalam media sosial yang digunakan sebagai alat ukur untuk melihat seberapa aktif pengguna (audiens/pendengar) dalam merespon dan berinteraksi terhadap postingan yang dikelola. Maka dari itu, perlu adanya pekerja media sosial atau *media social specialist* untuk menciptakan konten yang menarik dan beragam. Seorang pekerja media sosial harus mengerti bagaimana mengelola dan membuat konten kreatif yang mampu diaplikasikan dalam berbagai jenis media sosial agar mampu meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* dalam setiap kontennya.

Melalui laporan data dari *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 sebanyak 191 juta. Angka tersebut mengalami peningkatan 12,35% dibandingkan dengan tahun 2021 dan terus semakin mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Negara Indonesia memiliki ketertarikan pada penggunaan platform media sosial. Kedudukan pertama diraih oleh platform media sosial bernama Whatsapp, aplikasi ini merupakan wadah komunikasi dua arah dalam mengirimkan pesan dalam jaringan. Jumlah pengguna Whatsapp di Indonesia memiliki persentase sebesar 88,7%.

Kemudian posisi kedua adalah Instagram dan Facebook, dengan presentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Selanjutnya diikuti oleh pengguna TikTok dan Telegram dengan presentase 63,1 dan 62,8% (dataindonesia.id, 2022). Data di atas menunjukkan jika pengguna media sosial kini semakin banyak dan menjadi tantangan bagi seorang pekerja media tradisional untuk tetap terhubung dengan audiensnya agar tetap mempertahankan relasi, loyalitas, hingga citra perusahaan.

Menurut Metzger & Flanagin (2013) merekomendasikan pendekatan untuk mengevaluasi informasi *online* dalam lima kriteria, yaitu akurasi, wewenang, mata uang, objektivitas dan cakupan informasi serta sumbernya. Akurasi merujuk pada derajat website atau sumber bebas dari kesalahan dan informasi dapat diverifikasi secara offline. Jadi, untuk mendapatkan informasi akurat tidak hanya harus benar namun ketika diverifikasi hasilnya harus sama. Keselarasan antara perkembangan

teknologi, media sosial dan pekerjaan dalam lingkup bidang jurnalistik menjadi tantangan bagi perusahaan media ketika sedang memanfaatkan media sosial sebagai media penghubung dalam menyampaikan informasi serta menjadi wadah eksistensi bagi perusahaan.

Dengan begitu, kini media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu platform utama yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi. Melalui jaringan yang luas dan kemampuan berbagi informasi secara instan memungkinkan pengguna untuk mengakses berita terbaru setiap harinya dengan mudah. Para pengguna media sosial mampu mengikuti akun media berita untuk melihat berita yang sedang tren, bahkan mampu berpartisipasi dalam diskusi online tentang topik tertentu.

Hal ini mengubah cara konsumsi berita dan menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi yang signifikan di era digital. Penjabaran data di atas, menjadi alasan utama bagi praktikan mengapa mengambil praktik Kerja Profesi dalam mengelola media sosial di suatu perusahaan media. Di samping itu, adapun faktor pendukung bagi praktikan yang memiliki tekad dan keyakinan yang besar dalam mengambil peluang untuk menjadi pekerja *Social Media Specialist*.

Universitas Pembangunan Jaya menjadi salah satu instansi pendidikan yang menjalankan program Kerja Profesi yang bertujuan untuk memberikan bekal bagi mahasiswa/i agar mengetahui situasi kerja sesungguhnya. Program Kerja Profesi ini wajib dilakukan oleh mahasiswa/i yang menduduki semester 6. Dengan periode waktu Kerja Profesi diberikan selama tiga bulan, waktu kerja minimal 400 jam. Praktikan melalui pendidikan yang diampunya pernah mempelajari mengenai mata kuliah Pengantar Jurnalistik, Humas Online, Manajemen Media, dan Jurnalisme Online.

Melalui mata kuliah tersebut, praktikan memahami teori-teori dalam menjalankan pengelolaan media sosial pada akun yang dimiliki oleh KG Radio Network, dapat dikaitkan ketika mengimplementasikannya saat melakukan Kerja Profesi. Selanjutnya, praktikan juga memiliki pengalaman rata-rata ketika aktif berorganisasi di lingkungan internal kampus, selalu memilih divisi Hubungan Masyarakat (Humas) yang berdekatan dengan adanya keharusan untuk mengelola media sosial suatu lembaga/organisasi. Melalui praktik kerja profesi dalam divisi *Digital Content* di KG Radio Network, praktikan mampu mengetahui

bagaimana sebuah perusahaan media dalam mempertahankan eksistensinya melalui media sosial.

Selain itu, praktikan mampu mengetahui penggunaan alat-alat dalam optimalisasi media sosial secara maksimal untuk sebuah perusahaan media yang sebelumnya praktikan tidak dapatkan, ketika sedang berpengalaman sebagai pengelola media sosial di dalam organisasi internal kampus. Dengan begitu praktikan berharap melalui praktik kerja profesi ini, mampu mengaplikasikan pengalaman yang telah didapat sehingga mampu beradaptasi dengan tanggung jawab sebagai seorang pekerja di dunia pekerjaan yang lebih realistis.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Meningkatkan wawasan dan keterampilan dalam dunia kerja terkait dengan pengelolaan media sosial.
2. Mempelajari cara kerja pengelolaan media sosial dalam suatu perusahaan media.
3. Mengetahui *tools* yang digunakan dalam mengoptimisasi pengelolaan media sosial.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh pengetahuan yang lebih luas dan pengalaman dalam dunia kerja terkait pengelolaan media sosial pada suatu perusahaan media.
2. Meningkatkan kompetensi bagi praktikan untuk siap dalam menghadapi dunia kerja
3. Menumbuhkan rasa tanggung jawab, disiplin, dan kerjasama dengan rekan kerja lainnya dalam satu divisi.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat praktik melaksanakan kerja profesi yaitu PT Magentic Network Indonesia atau Kompas Gramedia Radio Network (KG Radio Network) yang bertempat di Gedung Perintis Kompas Gramedia Lantai 5, Jl. Kebahagiaan No. 4-14, Krukut, Taman Sari, Jakarta Barat 1140. KG Radio Network merupakan perusahaan yang menaungi jaringan radio milik Kompas Gramedia antara lain PT Sonora (Radio Sonora), PT Radio Safari Bina Budaya (Motion Radio), dan PT

Radio Smart Media Utama (Smart FM). Praktikan sangat tertarik dengan bidang *Social Media Specialist* dan mampu melihat peluang di perusahaan tersebut. Maka dari itu ini menjadi pilihan bagi praktikan untuk memperluas wawasan mengenai pengelolaan media sosial dalam dunia kerja terutama dalam perusahaan media.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

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.	Mengirimkan CV dan Portofolio ke Perusahaan yang membuka program magang	■	■	■	■																
2.	Feedback dari pihak KG Radio Network	■	■	■	■																
3.	Mengajukan Surat Pengantar Kerja Profesi		■	■	■																
4.	Mengirimkan berkas CV, Surat Lamaran Magang, dan Surat Pengantar Kerja Profesi		■	■	■																
5.	Feedback dari pihak Dream Box Marketing Consultant				■																
6.	Feedback dari pihak detik Finance				■																
7.	Melakukan Wawancara dengan pihak KG Radio Network				■																
8.	Melakukan Wawancara dan StudyCase dengan pihak Dreambox Marketing Consultant				■																
9.	Penerimaan Kerja Profesi secara resmi dari pihak KG Radio Ntework				■																
10.	Pelaksanaan Kerja Profesi					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11.	Penyusunan Laporan Kerja Profesi																				
12.	Pengumpulan Laporan Kerja Profesi																				

Tabel 1. 1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

Sumber: Dokumen Pribadi

Tabel di atas merupakan perencanaan waktu kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan. Sejak akhir bulan April praktikan telah mempersiapkan CV untuk disebarakan ke perusahaan-perusahaan yang sedang membuka lowongan magang. Praktikan juga telah meriset mengenai lowongan-lowongan pekerjaan melalui aplikasi LinkedIn dan Kalibr. Selain itu praktikan juga memanfaatkan akun media sosial di Instagram @magang_id dan @magangupdate agar terus *update* mengenai lowongan pekerjaan yang sedang dicari. Kemudian pada awal minggu pertama bulan Mei praktikan mengirimkan CV ke beberapa perusahaan seperti TAULANY TV, Suara.com, dan KG Radio Network. Pada tanggal 5 Mei 2023,

praktikan menerima *feedback* dari perusahaan KG Radio Network melalui *personal chat*.

Praktikan diberikan informasi mengenai ketentuan dan alamat perusahaan oleh pihak KG Radio Network untuk menjadi pertimbangan mengambil lowongan magang tersebut. Setelah itu, tanggal 26 Mei praktikan diminta untuk mengirimkan berkas administrasi seperti CV dan Surat Lamaran Magang, di hari tersebut juga praktikan mengajukan surat pengajuan Kerja Profesi kepada Program Studi. Tanggal 30 Mei praktikan melakukan tahapan seleksi wawancara dengan pihak HR dan tim *Social Media Specialist* KG Radio Network melalui daring (*Zoom Meeting*).

Namun setelahnya, praktikan mengalami kendala dalam berkomunikasi dengan pihak KG Radio Network karena respon yang begitu lambat hingga minggu kedua bulan Juni. Akhirnya praktikan memutuskan untuk mengirim dan mengajukan CV serta portofolio ke dua perusahaan lain atas rekomendasi dosen pembimbing dan teman praktikan, yakni perusahaan Dreambox Marketing Consultant dan detikFinance. Praktikan mendapatkan *feedback* cepat oleh pihak Dreambox di hari Jumat, 8 Juni 2023 praktikan melakukan tahapan wawancara melalui *Zoom Meeting*.

Kemudian dilanjutkan pada tanggal 9 Juni 2023 praktikan melakukan tahapan seleksi selanjutnya yaitu mengerjakan Studi Case. Namun, praktikan terhenti untuk melanjutkan tahapan seleksi yang ketiga yakni wawancara dengan divisi *Social Media Specialist* dikarenakan praktikan telah mendapatkan kabar "diterima" oleh pihak KG Radio Network. Di sisi lain praktikan juga telah mendapatkan *feedback* untuk melakukan tahapan wawancara secara online (*Google Meet*) dengan pihak detikFinance pada tanggal 12 Juni. Tetapi praktikan dengan berat hati harus menolak karena sudah mendapatkan kabar penerimaan kerja oleh pihak KG Radio Network pada tanggal 11 Juni. Di bulan ini ada beberapa kendala yang dilalui oleh praktikan dan HR KG Radio Network, selain kendala komunikasi.

Praktikan juga melalui kendala pada proses pemilihan tanggal masuk untuk praktik di tempat kerja, karena terdapat penyesuaian jadwal dan mengalami kendala komunikasi yang semakin rumit disebabkan oleh HR yang mewawancarai diawal sedang mengurus berkas *resign*-nya. Terlepas dari kendala itu semua

praktikan akhirnya menemukan jalan keluar dan mampu bernegosiasi dengan HR untuk melakukan praktik kerja pada tanggal 19 Juni 2023. Pada tanggal 18 Juni 2023 HR sebelumnya memberikan kontak mentor kepada praktikan untuk berkomunikasi langsung mengenai praktik pekerjaan.

Kemudian pengurusan berkas penerimaan magang lainnya dilanjutkan oleh HR baru KG Radio Network. Surat penerimaan dari perusahaan dan pengisian formulir registrasi magang telah dilakukan pada 30 Juni 2023. Pelaksanaan kerja profesi praktikan berlangsung mulai dari tanggal 19 Juni hingga 30 September 2023, dengan jam kerja dimulai pada pukul 9 pagi hingga jam 5 sore. Kurang lebih praktikan menghabiskan waktu bekerja selama 500 jam dalam tiga bulan. Praktik kerja dilaksanakan secara *hybrid*, setiap hari Selasa dan Kamis melaksanakan *Work From Office* (WFO). Di hari lainnya, praktikan melaksanakan praktik kerja secara *remote* dari rumah atau *Work From Home* (WFH).

