

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Memasuki era *society* 5.0 teknologi tidak memiliki batasan dengan manusia, hal tersebut sangat berpengaruh kepada kehidupan masyarakat. Era *society* 5.0 membuat masyarakat memanfaatkan media digital sebagai pemuas kebutuhan informasi (Wijoyo, Suherman, Musnaini, & Indrawan, 2020). Konsep era *society* 5.0 sebagai komponen utama dalam beradaptasi serta menguasai berbagai teknologi, sehingga bermanfaat untuk menyelesaikan sebuah permasalahan serta tantangan kehidupan (Sumaryanto, 2022).

Data yang sajikan pada DataIndonesia.id pengguna media sosial di Indonesia yaitu sebanyak 167 juta pada tahun 2023, laporan ini ditunjukkan oleh We Are Social dan jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di Indonesia (Widi, 2023). Jumlah ini akan terus meningkat, jika dilihat dari persentase bahwa setengah populasi di Indonesia telah menggunakan media sosial untuk pemuas kebutuhan informasi (Prajarini, 2020).

Peran media menjadi sangat penting, khususnya sebagai wadah dalam mendapatkan informasi yang cepat (Berty, 2020). Dikarenakan pasca pandemi, terdapat peningkatan penggunaan media sosial. Hal ini dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) sebanyak 78,18%, rumah tangga di Indonesia sudah menggunakan internet di tahun 2020. Jika dilihat jumlah tersebut naik sebesar 4,43 poin dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 73,75%. Tidak hanya itu BPS juga memberikan pernyataan bahwa pembangunan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) mengalami kenaikan yang baik yaitu sebesar 5,59% (Jayani, 2021).

Menanggapi situasi tersebut, media sosial mempunyai peran penting dalam kegiatan informasi yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat serta melakukan kegiatan promosi. Tidak hanya sebagai pengguna, dalam industri kreatif khususnya *digital marketing* sangat dibutuhkan kegiatan promosi atau strategi pemasaran yang dimana tidak lepas dari konten digital (Nuryanto, n.d.). Membuat konten tidak dapat dilakukan sembarang membutuhkan pertimbangan serta riset agar tujuan mudah dicapai dan direalisasikan. Dunia

digital marketing berlomba-lomba menggunakan media sosial untuk memberikan informasi dengan konten-konten menarik dalam menjangkau seluruh audiens (Chandra, 2021).

Content plan merupakan teknik yang dapat dilakukan jika ingin membuat konten dan sebagai jadwal perencanaan pada pengembangan konten. Perencanaan dimaksudkan sebagai ide yang dapat disesuaikan dengan target pasar, pemilihan *platform*, serta pada pemilihan waktu untuk mengunggah konten yang telah dibuat. Sehingga konten yang telah dibuat dapat menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Begitu pun dengan *video editing* yang merupakan proses dalam mengelola dan menggabungkan gambar atau video yang melibatkan berbagai tahapan, teknik, dan aplikasi yang dikuasai oleh seorang *editor* untuk menjadi satu kesatuan cerita yang utuh.

Content planner dan *video editor* merupakan profesi yang sangat dibutuhkan untuk menjalankan strategi *digital marketing* dan profesi yang dapat berkolaborasi ataupun menjadi satu kesatuan dalam perencanaan sebuah konten serta mengeksekusi rencana yang telah dibuat. *Content planner* dan *video editor* bekerja sama dengan *head strategist*, *content strategist*, *copywriter*, *content creator*, *desain graphics*, serta *social media admin*.

Peran *content planner* dan *video editor* sangat dibutuhkan pada dunia *digital marketing* untuk mengembangkan strategi promosi dan membangun *brand image*. Dapat dikatakan pekerjaan *content planner* dan *video editor* itu menjanjikan seiring dengan perkembangan dunia digital (Wibowo & Duhri, 2023). Setiap konten yang telah dibuat mengutamakan fitur, produk, keunggulan, ataupun jasa yang memang membedakan dari jasa atau produk lain. Serta menentukan pemilihan *platform* yang akan digunakan, karena seorang *content planner* akan menyesuaikan setiap *platform* dengan bentuk konten. Sedangkan pada *video editor* akan mengemas semua konten dengan teknik *editing*.

Pekerjaan *content planner* tidak hanya merancang sebuah konten tetapi mengeksekusi atau melakukan produksi. Begitupun dengan pekerjaan *video editor* yang harus mempunyai kemampuan dalam memilih video atau gambar yang tepat, serta dapat mengatur urutan dengan transisi yang cocok dengan *scene* (Ratna & Sadono, 2023). Tidak hanya berkaitan dengan visual tetapi dapat menambahkan efek suara grafis, teks, ataupun elemen untuk meningkatkan kualitas pada video atau konten tersebut.

Profesi *content planner* dan *video editor* merupakan profesi yang baru diciptakan dengan adanya media sosial. *Content planner* memberikan pengaruh yang berbeda-beda terlebih dalam *advertising* yaitu memberikan sesuatu yang berbeda untuk dunia kreatif dan membantu bisnis yang membutuhkan jasa periklanan (Larasati, 2021). *Content planner* dan *video editor* juga dapat memuat konten diberbagai *platform* digital yaitu Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, TikTok, dll. Terlebih kepada perusahaan yang bergerak pada bidang *digital marketing* membutuhkan *content planner* dan *video editor* dalam mengembangkan strategi promosinya. Serta membangun *brand image* dalam setiap konten yang dibuat dengan mengutamakan fitur, produk, keunggulan, ataupun jasa yang memang membedakan dari jasa atau produk lain.

- Dengan hal tersebut, sebagai mahasiswa harus mulai sadar bahwa ketika lulus nanti harus memiliki *skill* serta dapat bersaing ketat dengan calon-calon pekerja lainnya. Bahkan dengan pekerja yang sudah memulai lebih dahulu. Karena yang terjadi sekarang keseimbangan penyedia lapangan pekerjaan dengan pelamar tidak sebanding. Oleh karena itu, *skill* atau kemampuan dalam dunia digital wajib dipelajari untuk persiapan dalam dunia kerja.

Kondisi ini juga diperberat dengan pasca pandemi yang dimana membuka pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikan. Tidak hanya itu, banyak juga karyawan yang di Pemutusan Hubungan Kerja atau PHK massal sehingga perusahaan tidak lagi membuka lowongan pekerjaan sementara waktu. Hal tersebut berdampak kepada lulusan baru karena dapat memperlambat untuk mencari pekerjaan. Pasca pandemi sangat cepat dalam mengubah pola di dunia kerja.

Meningkatkan *skill* dan pengalaman kerja dapat dilakukan dengan melakukan kerja profesi (KP). Tujuan kerja profesi sebagai implementasi ilmu kepada aktivitas kerja yang nyata, untuk meningkatkan *hardskill* di bawah supervisi profesional, mengembangkan kemampuan *softskill*, dapat belajar beradaptasi dengan dunia kerja, serta menambah jenjang karir setelah menjadi lulusan dari universitas (Devina, n.d.).

Faktor utama mencari dan mendapatkan pekerjaan tidak dinilai dari Indeks Prestasi Kumulatif mahasiswa atau IPK (Komunitas Veritas , 2023). IPK dapat menjadi penunjang untuk pembekalan di dunia kerja, tidak berarti IPK menjadi tidak penting tetapi menjadi bentuk tanggung jawab mahasiswa untuk

menyelesaikan studinya. Sehingga mahasiswa secara tidak langsung wajib mempunyai pengalaman untuk mendukung jenjang karir di masa depan. IPK dengan *skill* keduanya satu kesatuan yang membantu meraih kesuksesan.

Kerja profesi menjadi kunci untuk memberikan gambaran kepada mahasiswa terkait dunia kerja profesional serta menerapkan ilmu yang didapat semasa perkuliahan. Selama kerja profesi berlangsung mahasiswa dapat memperoleh evaluasi terkait kinerja. Sehingga hal tersebut dapat mengembangkan keterampilan mahasiswa untuk lebih baik. Kegiatan ini memberikan kesempatan mahasiswa untuk karir ke depannya yang sesuai dengan minat dan kemampuannya (Marcel, 2023).

Universitas Pembangunan Jaya menjawab permasalahan tersebut dengan memberikan kewajiban kepada seluruh mahasiswanya melakukan kerja profesi saat memasuki semester 7. Termasuk dalam mata kuliah prasyarat kelulusan dengan bobot 3 (tiga) SKS. Untuk mengambil mata kuliah kerja profesi ini disesuaikan dengan latar belakang pendidikan yang ditempuh selama perkuliahan yaitu program studi dengan konsentrasinya dan pelaksanaan dilakukan minimal 400 (empat ratus) jam serta maksimal 8 (delapan) jam perhari.

Pentingnya mata kuliah kerja profesi ini untuk mengimplementasi dari mata kuliah yang dipelajari semasa kuliah dengan tujuan memberikan peluang untuk mahasiswa menyesuaikan diri dengan kondisi di dunia kerja yang sebenarnya, mendapatkan pengalaman, serta koneksi dan koordinasi. Setelah menjalankan kerja profesi ini selama 3 bulan penuh, mahasiswa wajib membuat laporan kegiatan kerja profesi. Laporan tersebut berisi pekerjaan yang dilakukan selama bekerja serta materi perkuliahan yang berkesinambungan dengan pekerjaan yang didapatkan.

Praktikan dalam kerja profesi pada laporan ini merupakan salah satu mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi dengan *minor Broadcasting Journalism* (BJ). Semasa perkuliahan, praktikan telah mendapatkan banyak teori serta pengalaman terkait daftar kerja seorang jurnalis. Melalui berbagai *project* tugas yang telah dikerjakan sebelumnya. Tetapi praktikan masih merasakan belum lengkap dikarenakan belum melakukan kerja profesi dengan terjun langsung pada industri.

Dengan profesi *content planner* dan *video editor* dapat dikatakan berkaitan dengan mata kuliah yang dipelajari praktikan semasa kuliah. Mata

kuliah Media Audio Visual karena membahas unsur gambar dan unsur suara. Menurut Yudhi Munadi media audio visual sebagai media yang melibatkan indera pendengaran dan penglihatan sekaligus dalam satu proses (Munadi, 2013). Konten yang dibuat harus mengandung pesan, pesan tersebut dapat berupa verbal dan nonverbal (Prajarini, 2020). Konten yang diproduksi dapat berbentuk tulisan, gambar, ataupun video yang memerlukan kreativitas tinggi serta memastikan pesan dapat tersampaikan dengan baik untuk menarik target audiens (Chandra, 2021).

Selain mata kuliah Media Audio Visual, profesi *content planner* dan *video editor* berhubungan dengan mata kuliah Produksi Media Humas. Karena sebagai *content planner* dan *video editor* wajib memiliki kemampuan riset dan membuat perencanaan yang baik untuk mencapai tujuan dengan meningkatkan *brand awareness*. Membuat saluran komunikasi serta mampu memanfaatkannya dengan membangkitkan citra positif untuk *brand* yang bekerja sama dengan perusahaan tempat bekerja.

Serta mata kuliah Jurnalisme *Online* dalam pembelajaran *research* dan *writing skill*. Kemampuan sebagai jurnalis dan penulis dengan melibatkan *storytelling* pada media *online* untuk konten yang dihasilkan. Serta mengoptimalkan *search engine optimization* (SEO) dengan memberikan kata kunci pada setiap konten untuk lebih mudah ditemukan.

PT Melisa Yousuf Media atau MY Media *Collaborative Agency* membutuhkan profesi *content planner* dan *video editor* dalam menjalankan strategi *digital marketing*. MY Media *Collaborative Agency* merupakan *agency creative advertising* yang dimana menangani *brand-brand* untuk bekerja sama dalam *creative ideations*, *Social Media Management*, *Search Engine Optimization*, *Digital Media Buying*, *Media Production*, dan *Influencer Marketing*. Fokus *platform* yang digunakan MY Media *Collaborative Agency* dalam menjalankan *digital marketing* ialah Instagram dan TikTok.

Profesi *content planner* dan *video editor* di sini untuk mengasah serta mengembangkan kemampuan dan bakat yang sudah dipelajari pada mata kuliah program studi Ilmu Komunikasi sebelumnya. Oleh karena itu, praktikan kerja profesi mengembangkan ilmu serta potensinya pada perusahaan MY Media *Collaborative Agency* dalam divisi kreatif sebagai *content planner* dan *video editor*. Hal tersebut menjadi tantangan untuk praktikan dalam memberikan

keterbaruan untuk sebuah *brand* di dunia *digital marketing*. Tugas utama praktikan ialah merencanakan sebuah konten baik semua video dan tulisan yang sesuai dengan target audiens yang dituju, memproduksi video yang sudah direncanakan, serta mengedit hasil dari video yang sudah diproduksi.

Brand-brand yang bekerja sama dengan MY Media *Collaborative Agency* membutuhkan konten untuk mengembangkan strategi promosinya. Tidak hanya sebagai promosi, tetapi untuk membangun *brand image* yang baik sehingga memerlukan produksi konten kreatif dan menarik sesuai dengan permintaan *brand*. Konten yang dihasilkan tidak harus baru atau asli, tetapi dapat dikembangkan menjadi versi terbaru dari konten yang sudah ada (Agashi, 2021).

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud kerja profesi sebagai *content planner* dan *video editor* divisi kreatif

1. Memperdalam keterampilan profesi sebagai *content planner* dan *video editor*.
2. Mengaplikasikan teori dan praktik dari minor *broadcasting journalism* dalam memproduksi konten menarik dan informatif.
3. Membawa nama baik Universitas Pembangunan Jaya pada perusahaan MY Media *Collaborative Agency* dengan menjadi pekerja *internship* yang berkompeten.

1.2.2 Tujuan kerja profesi sebagai *content planner* dan *video editor* di MY Media *Collaborative Agency*

1. Mendapatkan pengalaman kerja dalam bidang *content planner* dan *video editor* pada divisi kreatif.
2. Memperdalam keahlian dan *skill* yang sudah didapat semasa perkuliahan serta mengerti dinamika dunia kerja yang sebenarnya sebagai *content planner* dan *video editor*.
3. Mendapatkan wawasan baru untuk mempersiapkan karir, dimulai pada pembuatan *curriculum vitae*, proses rekrutmen, sampai pelatihan *softskill*.

1.2 Tempat Kerja Profesi

Tempat kerja profesi yang dilakukan praktikan ialah PT Melisa Yousuf Media atau dikenal sebagai MY Media *Collaborative Agency* yang berlokasi di Jalan Niaga Hijau IV No. 22, Pondok Pinang, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. MY Media *Collaborative Agency* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *digital marketing* atau *creative advertising*, memiliki layanan untuk membantu *brand* mencapai objektifnya.

Apapun *brand* atau jenis bisnisnya MY Media *Collaborative Agency* akan memberikan saran dan solusi yang akan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dikemas dengan *trend* yang sedang berlangsung. Jasa yang ditawarkan *creative ideations*, *Social Media Management*, *Search Engine Optimization*, *Digital Media Buying*, *Media Production*, dan *Influencer Marketing*. Kerja sama tersebut bertujuan untuk menaikkan *brand awareness* atau *branding* pada suatu *brand* tersebut.

Alasan praktikan memilih kerja profesi pada MY Media *Collaborative Agency* karena perusahaan menawarkan berbagai macam jasa yang sangat dibutuhkan sekarang. Praktikan memilih divisi kreatif khususnya *content planner* dan *video editor* dengan alasan ingin menambah pengalaman kerja dan menambah *skill* di bidang tersebut. Praktikan juga ingin merasakan bagaimana kerja yang sesungguhnya di dalam bidang *creative digital agency*. Praktikan juga ingin lebih mengetahui kegiatan yang berkaitan dengan *content planner* dan *video editor* dan mempraktikkan langsung wawasan yang dimiliki praktikan semasa perkuliahan berlangsung.

1.3 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Table 1. 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.	Sosialisasi KP																				
2.	Mencari informasi magang																				
3.	Mempersiapkan CV dan Portofolio																				

