

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Perkembangan komunikasi kini di era globalisasi semakin mempengaruhi berbagai bidang, salah satunya public relations. Public relations memiliki fungsi yang sangat diperlukan di dalam perusahaan yakni membangun hubungan baik dengan stakeholders. Sehingga seorang praktisi public relations harus memiliki soft skill dan hard skill yang tinggi untuk dapat menerapkan fungsi public relations. Melihat dibutuhkannya lulusan di bidang public relations yang kompeten, Universitas Pembangunan Jaya mengadakan Kerja Profesi untuk mengasah kemampuan maupun keahlian yang dimiliki oleh mahasiswa khususnya melalui minor public relations, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dalam hal ini praktikan memilih social media specialist untuk jobdesc di perusahaan BUMN yaitu PT PLN (Persero). Praktikan menjalani Kerja Profesi di bidang social media specialist karena ingin mengimplementasikan teori dan praktik yang sudah di dapatkan selama menempuh pendidikan pada minor public relations yang telah dipelajari melalui mata kuliah hubungan strategi dan taktik hubungan masyarakat dan humas online. Pada bidang pekerjaan public relations terdapat beberapa prospek pekerjaan yang relevan di era transformasi digital seperti social media specialist, marketing communication, media relations dan lain-lain.

Sosial media adalah media online yang digunakan untuk mendukung hubungan antar individu yang menggunakan teknologi berbasis web dengan tujuan dapat menciptakan perubahan komunikasi menjadi dialog secara interaktif. Di era transformasi digital sosial media menjadi hal yang tidak bisa dihindari, menurut Data Kementerian Komunikasi dan Informatika pengguna internet di Indonesia kini telah mencapai 63 juta orang. Adanya sosial media digunakan sebagai alat baru komunikasi massa kini yang tidak terpaku dengan satu teknik komunikasi, melainkan kolaborasi fitur satu dengan lainnya.

Social media specialist memiliki keterkaitan dengan tugas seorang public relations. Dalam hal ini, aktivitas social media specialist memiliki relevansi dengan tugas public relations yaitu harus memiliki keahlian dalam menulis dan mengedit caption di sosial media, membuat artikel, pidato, brosur dan hal yang terkait

lainnya. Selain itu kita juga perlu riset informasi yang akan kita gunakan untuk keperluan konten yang nantinya konten tersebut akan di produksi lalu di publikasikan dengan tujuan untuk mengedukasi dan menjangkau audiens.

Dalam produksi konten, social media specialist perlu melakukan beberapa tahapan seperti perencanaan, produksi dan evaluasi. Pada tahap perencanaan social media specialist melakukan analisis situasi, menentukan jenis konten, riset data, dan membuat ide konten. Setiap ide konten yang telah di dapatkan, nantinya akan dimasukan ke content plan untuk di diskusikan dengan tim. Setelah disuksi dengan tim, dan sudah di setujui oleh atasan maka tahap selanjutnya adalah produksi. Seorang social media specialist akan melakukan dari tahap perencanaan konten, membuat dan mengedit konten. Tahap terakhir adalah evaluasi, seorang social media specialist harus bisa melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui kuantitas publikasi. Selain produksi konten, tentunya seorang social media specialist harus bisa membuat strategi komunikasi yang baik dan mengelola sosial media perusahaan agar bisa menjalin komunikasi yang baik dengan audiens. Strategi komunikasi digunakan social media specialist untuk planning dan brainstorming konten, kedua manajemen (management) dengan efektif untuk mencapai suatu tujuan. Strategi digunakan untuk seluruh pendekatan komunikasi untuk menyasar pesan kelompok sasaran dalam meningkatkan awareness dan reputasi dari perusahaan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sosial media adalah media online yang memfasilitasi penggunaanya untuk membagikan konten seperti foto, video dan berinteraksi dengan individu lainnya. Untuk menyusun konten yang baik kita perlu melakukan perencanaan komunikasi. Dalam membuat content planning kita perlu menentukan tujuan terlebih dahulu, lalu menentukan target audiens yang ingin disasar, memilih platform yang akan digunakan, riset kompetitor untuk melihat konten sejenis, membuat konsep yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens seperti menentukan jadwal dalam unggah konten, lalu ukur dan melakukan analisis untuk melihat seberapa efektif konten yang kita buat.

Perlunya kompetensi di dalam bidang kerja social media specialist adalah pertama dengan pemahaman yang mendalam terkait dengan teori dan konsep komunikasi. Kedua, kemampuan riset untuk menganalisis informasi untuk memahami target audiens. Ketiga, kreativitas dan aware terhadap tren dan inovasi agar bisa menyesuaikan dengan tren yang ada di pasar. Keempat, memiliki

kemampuan dalam media. Dimana hal ini ternyata memiliki relevansi dengan bidang kerja marketing communication dan public relations. Dikutip dari website feedough marketing communication memiliki peran dalam mendukung segala kegiatan yang terkait dengan aktivitas pemasaran seperti pembuatan campaign, memposisikan merek maupun kesadaran merek. Dan terakhir mampu menyusun pesan yang efektif dan mudah di pahami, karena hakikatnya public relations memiliki fungsi untuk memuat informasi yang menarik dan edukatif yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan stakeholder maupun audiens.

Praktikan memilih menjalankan kegiatan kerja profesi di perusahaan milik negara yang bergerak di bidang energi yang meliputi pembangkitan, penyediaan tenaga listrik, telekomunikasi, keuangan dan pelayanan pemeliharaan. Alasan praktikan memilih kerja profesi di PT. PLN (Persero) karena ingin mendapatkan wawasan baru, ingin melihat bagaimana cara kerja badan usaha milik negara (BUMN) dan lain-lain. Dengan melakukan kerja profesi di PT. PLN (Persero) banyak sekali mata kuliah minor public relations yang digunakan praktikan sebagai social media specialist.

Melalui kerja profesi ini, praktikan menjalani kegiatan tersebut di perusahaan BUMN yang bergerak di bidang energi ketengalistrikan. PT. PLN (Persero) telah berdiri sejak 1945. Praktikan bekerja di divisi corporate communication sebagai social media specialist selama tiga bulan berjalan kegiatan kerja profesi. Praktikan memiliki job desc membuat perencanaan campaign secara singkat, skoring sosial media, memonitoring sosial media, membuat konten, membuat proposal sponsorship dan media.

Berdasarkan latar belakang diatas praktikan memutuskan melakukan kegiatan kerja profesi di divisi corporate communication yang ditempatkan pada bidang social media specialist untuk mendalami wawasan dan ilmu-ilmu yang telah diperoleh terkait dengan humas online untuk perencanaan serta proses pembuatan konten yang berguna untuk pengalaman praktikan pada dunia kerja khususnya di ranah komunikasi dengan spesifik public relations.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mempelajari Mempelajari bidang public relations pada perusahaan milik negara

2. Melakukan kerja profesi terkait dengan minor communication atau public relations
3. Mempelajari bagaimana job desc social media specialist dalam membuat konten

1.2.1 Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman kerja pada bidang social media specialist
2. Mengasah kretaitas dalam membuat ide konten
3. Menambah kemampuan untuk bisa mengeksplor di divisi corpoorate communication
4. Mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah di pelajari selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Jaya

1.3 Tempat Kerja Profesi

PT. PLN (Persero) adalah perusahaan milik negara yang bergerak di bidang ketenagalistrikan. Salah satu perusahaan BUMN yang dekat dalam kehidupan masyarakat adalah PLN. Perusahaan ini berfokus pada bidang kelistrikan yang bertanggung jawab dalam menyediakan listrik untuk masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, kebutuhan sumber daya listrik meningkat pesat. Tidak heran, hingga saat ini banyak sekali inovasi-inovasi yang berkaitan dengan listrik. Inovasi tersebut dapat di lihat dalam beberapa kendaraan listrik yang sering dijumpai. PT. PLN (Persero) memiliki visi untuk menjadi perusahaan listrik se-Asia Tenggara dan menjadi pilihan No. 1 untuk solusi energi dan memiliki misi dapat menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota dan pemegang saham, menjadi tenaga listrik dan media untuk membantu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, menjalan kegiatan usaha dengan mementingkan lingkungan, berupaya agar tenaga listrik agar mendorong perkonomian masyarakat.

Pada saat menjalankan kegiatan kerja profesi di PT. PLN (Persero), praktikan berada pada divisi corpoorate communication dimana praktikan menjalani job desc sebagai social media specialist. Dalam hal ini, selama praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi mengimplementasikan ilmu-ilmu dan

wawasan terkait public relations yang dikerjakan praktikan sebagai social media specialist.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	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.	Proses pembuatan CV			■																		
2.	Mencari tempat KP				■																	
3.	Mengirim CV ke PT.PLN (Persero)				■																	
4.	Interview KP Di PT.PLN (Persero)					■																
5.	Diterima di PT. PLN (Persero)						■															
6.	Pelaksanaan Kerja Profesi di PT. PLN (Persero)							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7.	Menyusun Laporan KP																					
8.	Melakukan bimbingan KP																					
9.	Pengumpulan Laporan KP																					

Sumber: Dok. Internal Praktikan

Pada minggu ketiga di bulan Mei, praktikan menyiapkan seluruh berkas yang diperlukan untuk melamar kerja profesi ke beberapa perusahaan yang ingin dituju oleh praktikan. Praktikan apply ke beberapa perusahaan, pada awal bulan Juni praktikan mendapat undangan dari PT. PLN (Persero) untuk interview. Setelah melakukan tahap interview di minggu pertama bulan Juni, praktikan mendapatkan undangan dengan user dan praktikan diterima di PT. PLN (Persero) sebagai social media specialist. Praktikan mulai melaksanakan kerja profesi di minggu ketiga bulan Juni, pada tanggal 19 Juni s/d 8 September 2023. Praktikan mendapatkan jadwal kerja mulai dari hari Senin-Jumat dengan jam kerja 08.00 -

17.00 WIB secara offline. Pada tanggal 11 Juli 2023 praktikan melakukan bimbingan pertama dengan dosen pembimbing terkait hal yang ingin ditanyakan. Praktikan melakukan bimbingan kedua pada tanggal 10 Agustus untuk revisi bab satu dan sharing terkait pekerjaan. Berdasarkan gambaran di atas, laporan ini disusun agar bisa menjelaskan kegiatan praktikan dalam mengimplementasikan ilmu yang telah di pelajari di minor Public Relations dan gambaran umum terhadap bidang kerja.

