

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam jangka waktu beberapa tahun terakhir ini. Diketahui bahwa TIK memanfaatkan internet sebagai suatu alat komunikasi utama oleh masyarakat, dimana saat ini masyarakat hidup berdampingan dengan teknologi. Dalam perkembangannya, masyarakat semakin dipermudah dalam mengakses internet dengan menggunakan telepon genggam bahkan saat ini pun sudah ada telepon cerdas (smartphone) (Setiadi, 2016). Padahal, kehadiran internet di Indonesia sudah masuk sejak tahun 1990an yang digunakan sebagai suatu alat interaksi, tempat jual beli, dan jejaring bisnis tanpa adanya batasan.

Internet berkembang sangat cepat bersamaan dengan berkembangnya TIK tersebut. Hal ini membuat masyarakat sebagai konsumen tertarik untuk mempelajari dan meningkatkan pengetahuannya dalam mengakses internet dan teknologi lainnya. Alhasil, masyarakat saat ini sudah berhasil untuk memahami dan mengerti penggunaan internet dan teknologi yang berkembang, ditambah dengan daya jual beli yang tinggi dari masyarakat Indonesia itu sendiri (Nuriadin & Harumika, 2021). Dengan adanya akses dan fasilitas yang tersedia dari internet, membuat masyarakat juga memanfaatkan akses media sosial agar lebih mudah ketika mencari dan mendapatkan beragam informasi hingga bisa melakukan komunikasi dengan orang lain (Setiadi, 2016). Media sosial saat ini dipercayai sebagai kebutuhan utama masyarakat dari berbagai kalangan usia. Dalam hal ini media sosial memudahkan masyarakat untuk terkoneksi dengan keluarga, rekan kerja, teman, dan lain sebagainya (Syukriah, 2022). Kemudahan yang dimaksud adalah hanya dengan mengetik dan/atau mengunduh suatu hal, informasi dan komunikasi dapat tersebar hanya dalam hitungan detik ke media sosial yang diinginkan. Faktanya, masyarakat memiliki dan menggunakan lebih dari satu media sosial. Adapun jenis media sosial yang ditawarkan untuk kita dapat mengakses informasi dan berkomunikasi seperti WhatsApp, Line, Instagram, Twitter, Facebook, YouTube.

Menurut data yang diambil oleh We Are Social pada tahun 2019, diketahui bahwa di Indonesia terdapat sekitar 150 juta pengguna media sosial secara aktif (Gerald, 2019). Data ini mengalami peningkatan dalam dua tahun belakangan ini, dimana pada tahun 2021 menurut We Are Social terdapat sebanyak 170 juta pengguna media sosial yang secara aktif menggunakannya (Afriyanto, 2022). Selain itu, We Are Social pada tahun 2019 juga mendapatkan data bahwa terdapat lima media sosial yang paling umum disukai dan digunakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia seperti, Instagram, WhatsApp, Line, YouTube, dan Facebook (Gerald, 2019). Berdasarkan data tersebut, selain individu akhirnya banyak perusahaan yang beralih dengan memanfaatkan media sosial. Pada umumnya, perusahaan memanfaatkan media sosial untuk menjalin hubungan dengan rekan bisnis dan konsumen, serta memudahkan dalam mempromosikan suatu hal demi mencapai tujuan yang diharapkan (Gerald, 2019). Hal ini didasari oleh perkembangan pesat dari masyarakat yang menggunakan internet yang akhirnya dijadikan sebuah potensi dan peluang baru oleh perusahaan untuk memajukan bisnisnya di era modern ini. Terdapat beberapa alasan yang digunakan oleh perusahaan dalam memanfaatkan media sosial, seperti untuk meningkatkan brand awareness konsumen, meningkatkan user engagement, meningkatkan hubungan dengan konsumen, memudahkan survei produk, meminimalisir biaya promosi, dan lain sebagainya. Untuk mendukung hal tersebut, perusahaan pastinya membutuhkan tenaga kerja yang memiliki kompetensi dan skill dalam bidang yang sejalan.

Perusahaan perlu untuk merekrut karyawan yang merupakan lulusan dari suatu perguruan tinggi, karena dipercaya memegang peran penting dalam menciptakan dan menyumbang lulusan yang dipercaya berkompeten. Lulusan tersebut diharapkan telah memiliki pengetahuan, skill, dan pengalaman sesuai pada bidangnya masing-masing. Ketika menempuh pendidikan di perguruan tinggi, mahasiswa pun dituntut untuk dapat mengembangkan soft skill dan hard skill sebagai bekal menuju dunia kerja. Tidak hanya dari pengetahuannya saja, mahasiswa juga diharapkan untuk memiliki pengalaman kerja agar nantinya dapat lebih mudah dalam mencari dan mendapatkan pekerjaan. Karena itu, Universitas Pembangunan Jaya yang termasuk bagian dari salah satu perguruan tinggi di Indonesia turut mewajibkan dan memfasilitasi para mahasiswa untuk ikut dalam program yang disediakan yaitu Kerja Profesi.

Setiawan dan Soerjoatmodjo (2021) menjelaskan bahwa Kerja Profesi (KP) merupakan suatu kegiatan yang mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran langsung terhadap mahasiswa tentang seperti apa dunia kerja itu. Kerja Profesi (KP) ini dilakukan di luar kampus setelah mahasiswa memiliki ilmu yang cukup untuk diterapkan, sehingga mahasiswa mempunyai kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang didapatkan ketika menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Kerja Profesi (KP) termasuk dalam mata kuliah prasyarat kelulusan dengan bobot 3 (tiga) sks yang dapat diambil oleh mahasiswa sejak berada pada semester 6 (enam). Kerja Profesi (KP) memiliki syarat yang harus dipenuhi oleh seluruh mahasiswa, salah satunya yaitu melakukan kerja profesi minimal 400 (empat ratus) jam dan dengan maksimal 8 (delapan) jam per hari. Setelah selesai mengikuti Kerja Profesi (KP), diharapkan mahasiswa memiliki wawasan, keterampilan, kemampuan, dan gambaran dunia kerja untuk meminimalisir kurangnya pengalaman bekerja yang dimiliki oleh mahasiswa setelah lulus dari perguruan tinggi ini.

Program Kerja Profesi (KP) bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya pada minor Broadcasting Journalism atau Penyiaran Jurnalistik memudahkan mahasiswa untuk menambah pengetahuan dan mengaplikasikan soft skill dan hard skill yang telah didapatkan ketika menempuh perkuliahan. Pengalaman Kerja Profesi (KP) dapat digunakan untuk mendukung potensi mahasiswa ketika terjun ke dunia kerja nantinya. Ketika Kerja Profesi (KP), mahasiswa mendapatkan pengalaman untuk menghadapi secara langsung berbagai permasalahan atau tantangan yang terjadi sehingga mampu menciptakan solusi untuk dihadapi. Kompetensi dan pengalaman yang dimiliki, dapat menjadi suatu cara untuk memecahkan berbagai tantangan yang akan dihadapi selama bekerja dan berproses dalam dunia industri kreatif.

Industri kreatif merupakan seluruh proses penciptaan, ide, gagasan, dan kreativitas seseorang maupun kelompok yang dapat menghasilkan suatu karya atau produk (Umam, n.d.). Industri kreatif dipercaya menjadi salah satu bidang yang dapat menopang perekonomian negara karena bermanfaat untuk menumbuhkan kreativitas dan inovasi yang dimiliki dalam sektor industri dan bisnis. Industri media merupakan industri kreatif yang saat ini berkembang pesat seiring berjalannya kehidupan manusia yang membutuhkan pengetahuan, informasi, seni, dan hiburan (Ri'aeni & Sulistiana, 2017). Perusahaan yang

bergerak dalam industri media tentunya membutuhkan dan mencari seseorang yang memiliki kompeten dalam membuat perencanaan, produksi, hingga pra produksi dalam informasi media yang kreatif untuk dapat diberikan kepada para audiens yang dituju. Oleh karena itu, Praktikan memutuskan untuk menjadi video jurnalis.

Video jurnalis merupakan seorang jurnalis yang dituntut untuk dapat menjalani berbagai tugas seperti produser, reporter, kameramen, hingga editor (Agustin, 2021). Praktikan memilih jobdesk sebagai video jurnalis karena dapat meningkatkan dan mengembangkan berbagai kemampuan yang dimiliki sesuai dengan kompetensi lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya pada minor Broadcasting Journalism. Untuk dapat menghasilkan suatu karya dalam bentuk video, Praktikan melakukan perancangan ide sebelum produksi dilakukan yang dimulai dari menentukan ide, menyusun storyline, melakukan survei lapangan, pengambilan gambar dan video di lapangan, menyusun transkrip, hingga melakukan proses editing.

Berdasarkan pemaparan diatas, Praktikan mendaftarkan diri kePT Merah Putih Media sebagai video jurnalis. Praktikan memilih PT Merah Putih Media karena melihat peluang dan potensi yang terus berkembang khususnya pada salah satu media sosial dari lima media yang dimiliki yaitu Side.id. Setelah menyelesaikan program Kerja Profesi (KP) ini, Praktikan berharap mendapatkan banyak pengetahuan dan pengalaman serta gambaran dunia kerja.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Video Jurnalis di PT Merah Putih Media:

1. Membuat perencanaan ide konten dan konten berdasarkan *contentplan* yang telah ditetapkan.
2. Melakukan tugas jurnalistik berupa liputan video.
3. Melakukan editing hasil liputan video untuk dipublikasikan di sosialmedia Side.id.
4. Menambah pengetahuan dan keterampilan sebagai seorang jurnalistik.
5. Menambah pengetahuan terkait strategi untuk membuat konten yang menarik.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Video Jurnalis di PT Merah Putih Media:

1. Mampu membuat perencanaan ide konten dan konten sesuai dengan content plan yang telah ditetapkan.
2. Mampu melakukan tugas jurnalistik berupa liputan video.
3. Mampu melakukan proses *editing* hasil liputan video.
4. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan sebagai seorang jurnalistik.
5. Memperoleh pengetahuan terkait strategi untuk membuat konten yang menarik.

1.3 Tempat Kerja Profesi

PT Merah Putih Media merupakan perusahaan media berita digital online yang melayani dalam bentuk website, IT, dan media sosial. PT Merah Putih Media pertama kali didirikan pada tahun 2014 dibawah naungan JHL Group yang dipimpin oleh Jerry Hermawan Lo. Perusahaan ini memiliki berbagai macam media dalam menyajikan berita seperti, merahputih.com, kabaroto.com, bolaskor.com, side.id, dankamibijak.com. Kelima media tersebut tentunya memiliki target audiens yang berbeda- beda untuk mempermudah dalam mengakses dan mendapatkan informasi sesuai dengan yang diminati dan diinginkan oleh audiens.

Kerja Profesi (KP) yang dilakukan oleh Praktikan yaitu di PT Merah Putih Media divisi Side.id. Side.id merupakan media yang memberikan informasi berupa berita atau artikel berdasarkan lokasi, rating, dan kategori yang diinginkan dan diperbaharui setiap harinya. Media ini memiliki cakupan yang lebih sempit yang meliputi kawasan Gading Serpong, Alam Sutera, dan BSD City. Target atau sasaran media ini adalah generasi milenial yang memiliki energi positif, interaktif sehingga diharapkan dapat membantu pembaca menemukan hal menarik dalam tiga kawasan tersebut. Selain itu, Side.id terbuka baik secara konten maupun bisnis untuk melakukan kerja sama dengan berbagai pihak dan event sebagai *media partner*.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja

No	Kegiatan	Bulan																							
		Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat berkas CV dan Portofolio																								
2	Mengirimkan berkas CV ke PT Merah Putih Media																								
3	Melakukan interview dengan HRD PT Merah Putih Media																								
4	Mengajukan Surat Pengantar Kerja Profesi																								
5	Melengkapi dokumen untuk Kerja Profesi																								

