

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pemanfaatan media sosial yang semula digunakan sebagai penyampai informasi dan hiburan, sekarang ini lebih dimanfaatkan untuk membangun citra positif baik secara personal maupun kolektif seperti perusahaan, instansi, lembaga pendidikan, yayasan, komunitas dan lain sebagainya. Media sosial dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai medium untuk membagikan keseharian mereka, atau peristiwa penting yang terjadi agar dapat dibagikan ke orang lain. Selain itu media sosial juga digunakan masyarakat untuk saling berbagi wawasan dan informasi sehingga dapat menambah pengetahuan bagi penggunanya (Mahmudah dan Rahayu, 2020).

Suatu hal yang penting dalam media sosial adalah konten atau isi dari media sosial tersebut. Konten media sosial berguna untuk salah satunya membentuk brand awareness (Setyaningsih, 2019). Karena konten media sosial merupakan suatu hal yang cukup penting, maka dibutuhkan pengelolaan atau manajemen media sosial. Pengelolaan konten media sosial penting agar pengikut sebuah akun media sosial tetap mengikuti dan terus mendapat *update* konten yang diunggah (Haq & Sukmono, 2022). Menurut Teori *The Circular Model of Social Media, manage* atau pengelolaan yang berarti mengatur bagaimana pelaku komunikasi supaya tercipta komunikasi di media sosial yang baik (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Media sosial di Indonesia yang pemakaiannya masuk ke dalam deretan tujuh besar adalah : Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Twitter dan Facebook Massage (Naurah, 2023). Menurut Mahdi (2022) jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. Meningkat drastis dibanding tahun sebelumnya sebanyak 170 juta (Mahdi, 2022). Jika dilihat dari data penduduk Indonesia yang berjumlah 278 juta jiwa, maka 68% penduduk Indonesia merupakan

pengguna sosial media. Salah satu media sosial terpopuler yang cukup interaktif adalah Instagram karena di platform sosial media tersebut dapat membagikan foto, video dan saling berbagi pesan. Data pengguna Instagram di Indonesia yang tercatat di tahun 2023 adalah 89,15 juta pengguna (Putri, 2023). Instagram merupakan salah satu platform media sosial populer di Indonesia, berfungsi mengunggah informasi dalam fitur feeds, story, live, dan reels dengan durasi singkat, tepat sasaran namun mudah dipahami oleh audience. Personal yang kreatif serta writing skill yang kompeten sangat dibutuhkan perusahaan untuk bidang pekerjaan ini.

Melihat dari data tersebut terlihat peluang dan tantangan yang cukup besar bagi pelaku bisnis dalam membagikan informasi produk beserta unit pelayanannya secara meluas, cepat, dan terkini kepada masyarakat. Terkait dengan itu peran humas sangatlah penting untuk menangani pelaksanaan penyebaran informasi tersebut agar tepat sasaran. Penggunaan sosial media di Indonesia yang tinggi juga membuka peluang pada strategi perusahaan. Jika sebelumnya perusahaan mengandalkan iklan di media massa sebagai alat promosi, sekarang banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk menjalin interaksi dengan khalayak (Mahmudah, Rahayu, 2020).

Dewasa ini perusahaan multinasional telah memulai tahap baru dalam melakukan interaksi dengan stakeholdernya atau disebut SocialCorp Companies. SocialCorp companies dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang berusaha mengambil keuntungan melalui media sosial guna mengatur ulang hubungan dengan khalayaknya (Postman, 2009). Perusahaan bisa melakukan komunikasi secara langsung dengan khalayaknya melalui media sosial yang bersifat interaktif (Setyanto dan Anggarina, 2016). Pemasaran media sosial merupakan istilah yang di dalamnya menaungi pemasaran, penjualan, pelayanan konsumen, dan hubungan masyarakat (Juwita, 2017). PR memiliki keuntungan ketika menggunakan internet/media sosial karena dapat menyampaikan informasi dengan cepat kepada khalayak. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk iklan, media, pemasaran, menyebarkan informasi, dan promosi (Syuderajat et al., 2017).

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi selain mendapatkan teori dan pelatihan selama masa perkuliahan tentang bagaimana membuat serta mengelola media sosial, perlu kiranya menerapkan pengetahuan dan ketrampilannya tersebut melalui Kerja Profesi pada perusahaan yang ditunjuk. Harapannya mahasiswa lulusan Ilmu Komunikasi kelak di kemudian hari mampu bersaing dan tidak canggung dalam menghadapi dunia kerja. "Hasil studi kasus menunjukkan bahwa program magang (internship) mempunyai peran atau kontribusi yang sangat berarti bagi para mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi soft skills & hard skills. Dan juga menunjukkan bahwa habit dan attitude yang dimiliki mahasiswa sangat berperan penting dibanding knowledge dan skill yang bisa didapatkan dalam waktu singkat dan peningkatan kompetensi mahasiswa melalui program magang bisa mencapai standar profesi dan dijadikan sebagai bekal pengalaman untuk kerja di tempat selanjutnya"

Untuk mempersiapkan mahasiswanya terjun ke dunia kerja maupun dunia usaha, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan anak didiknya melaksanakan program Kerja Profesi pada sebuah perusahaan dalam tempo 400 jam atau kurang lebih 3 ( tiga ) bulan. Melalui Kerja Profesi, para mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor Hubungan Masyarakat, dapat menambah wawasan dan mampu mempraktikkan mata kuliah yang diajarkan diantaranya adalah Strategi Taktik Humas, Produksi Media Humas, serta Jurnalisme Online dan Media Audio Visual. Strategi taktik Humas dan Produksi Media Humas yang mempelajari mengenai perencanaan kampanye media sosial serta pengelolaannya sangat cocok menjadi acuan praktikan untuk melaksanakan program kerja profesi. Terutama dalam pengelolaan serta perencanaan konten khususnya media sosial Instagram yang pernah praktikan kerjakan sebagai tugas selama masa kuliah. Praktikan juga mempraktikkan mata kuliah Media Audio Visual yang sebelumnya pernah dipelajari untuk melakukan editing terutama saat editing video reels Instagram saat praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi.

CV Cahaya Teknik Diesel adalah badan usaha yang menyediakan layanan perawatan dan perbaikan berbagai macam mesin diesel. Jasa service mesin khususnya injector diesel sangat dibutuhkan karena diesel

merupakan salah satu penggerak roda industri utama karena mesin diesel merupakan jenis mesin yang digunakan untuk truk muatan berat, forklift, bulldozer, ekskavator, genset dan banyak alat industri lain. Menyadari betapa pentingnya penyebaran informasi melalui media sosial, maka gaya pemasaran dari mulut ke mulut yang selama ini dijalankan oleh CV Cahaya Teknik Diesel sedikit demi sedikit mulai diubah. Karena apabila tidak mengikuti perkembangan jaman, pelanggan potensialnya akan tergerus. Memasuki era serba cepat dimana segala aspek hidupnya menggunakan smartphone, tentu saja CV Cahaya Teknik Diesel tak mau ketinggalan kemudian menindak lanjutinya dengan mengaktifkan kembali Instagram dan Facebook. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang populer, berfungsi mengunggah informasi dalam fitur feeds, story, live, dan reels dengan durasi singkat, tepat sasaran serta mudah dipahami oleh audience. Personal yang kreatif serta writing skill yang kompeten sangat dibutuhkan perusahaan untuk bidang pekerjaan ini.

Dampak yang diharapkan dari CV Cahaya Teknik Diesel atas pengelolaan media sosial yang intensif adalah pelanggan tetap loyal terutama untuk pelanggan milenial dan seterusnya, karena mereka akan dengan mudah mendapatkan informasi tentang seluk beluk mesin diesel dan bisa langsung melakukan interaksi melalui media sosial dengan pengelola bilamana diperlukan. Lalu lewat pengelolaan sosial media juga dapat menambah jangkauan pelanggan baru yang sebelumnya belum mengetahui tentang pelayanan perusahaan menjadi tertarik dan menggunakan jasa yang diberikan perusahaan. Selain itu pengelolaan media sosial juga dapat memberikan citra positif kepada pelanggan maupun calon pelanggan di CV Cahaya Teknik Diesel.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

Maksud Kerja Profesi sebagai *content planner* dan pembuat konten pada Divisi Marketing di CV Cahaya Teknik Diesel

- 1) Mempelajari Aktifitas Content Plan dan Pembuatannya di Perusahaan CV. Cahaya Teknik Diesel
- 2) Mempelajari Pengetahuan Bisnis di CV Cahaya Teknik

- 3) Mempelajari Cara Membuat Content Plan dan Membuat Konten
- 4) Mengasah Cara Berkomunikasi dengan Tim dan Pihak Terkait dengan CV Cahaya Teknik Diesel
- 5) Belajar Berdiskusi Dengan Divisi Marketing dalam Membuat, dan Mengelola Konten yang Akan di Tayangkan di Sosial Media Tujuan Kerja Profesi

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan Kerja Profesi sebagai *content planner* dan pembuat konten pada Divisi Marketing di CV Cahaya Teknik Diesel adalah:

- 1) Memiliki Kemampuan Merencanakan dan Membuat Konten Yang Dibutuhkan Pelaku Usaha CV Cahaya Teknik Diesel
- 2) Menambah Wawasan Bisnis di CV Cahaya Teknik
- 3) Menambah Pengetahuan dan Pengalaman Membuat Content Plan serta Pembuatan Konten Sesuai Kebutuhan dari arahan pihak terkait
- 4) Mampu berkomunikasi dengan Tim dan Pihak Terkait CV Cahya Teknik Diesel
- 5) Mampu Berdiskusi dengan Tim Dalam membuat Content Plan dan Membuat Konten Beserta Penayangannya

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

CV Cahaya Teknik Diesel dimana praktikan melaksanakan kerja profesi beralamat di Jl. Raya Cikarang, Cibusah No.16 Pagaulan Lippo Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Dengan Cabangnya di Jalan Gatot Subroto no.61 Cimone, Cibodas, Tangerang, Banten. Bisnis utama CV Cahaya Teknik adalah Service Diesel, meliputi perawatan dan perbaikan Diesel. Praktikan memutuskan memilihnya sebagai tempat Kerja Profesi karena CV Cahaya Teknik Diesel edang membutuhkan pengelola Instagram dan Face Book dengan job description : Content Plan, Content Design, Copywriting, serta menguploadnya di Instagram. Membantu bagian marketing yang masih fokus pada pelayanan kepada para pelanggan secara on line maupun datang ke workshop.

Lingkungan kerja di CV Cahaya Teknik Diesel sebagian besar adalah pekerja bengkel, di sentra Industri Cikarang dan Tangerang, tidak

ada uniform khusus yang harus dikenakan pegawai kantor, cukup dengan pakaian yang rapi, sopan dan bersih. Berbeda untuk pekerja bengkel mereka diharuskan memakai pakaian wearpack. Peralatan yang dimiliki CV Cahaya Teknik Diesel cukup representative, meski masih ada yang perlu di upgrade demi kelangsungan hidup bisnis bengkel ke depannya.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan						
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Sept	
1	Membuat CV, Portfolio	■						
2	Mencari loker Internship		■	■	■			
3	Apply CV		■	■	■			
4	Meminta Surat Pengantar dari Universitas			■				
5	Mengirim CV ke Kertas Putih Creative Agency			■				
6	Interview Dengan Kertas Putih Creatif Agency			■				
7	Mengirim CV ke Kemenparekraf			■				
8	Interview dengan Biro SDMO Kemenparekraf			■				
9	Mengirim CV ke CV Cahaya Teknik Diesel			■				



setelah dirasa cukup praktikan diterima untuk melakukan Kerja Profesi di CV Cahaya Tchnik Diesel dengan *job description* Content Plan dan Conten Production. Setelah melakukan interview praktikan dipertemukan langsung dengan pemilik perusahaan, meskipun sudah dijelaskan pada surat pengantar, praktikan tetap memberikan informasi gamblang kepada pemilik perusahaan mengenai durasi kerja profesi selama 400 jam, atau selama 3 bulan, dimulai tanggal 12 Juni 2023 berakhir 1 September 2023. Kemudian dari pihak CV Cahaya Teknik Diesel mempersilakan praktikan untuk menyesuaikan dengan jam kerja yang dimulai dari pukul 09.00 sampai dengan 17.00, pada hari Senin sampai Sabtu.