

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pasca pandemi, persaingan di dunia kerja semakin ketat terlebih untuk lulusan sarjana atau fresh graduate. Perekonomian Indonesia saat ini masih pada tahap pemulihan atau bisa dibilang pergerakannya cukup lambat dibandingkan negara lain. Hal ini menyebabkan tingginya angka pengangguran. Data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Februari 2022, menunjukkan bahwa angka pengangguran di Indonesia sebanyak 5,83 persen dari total penduduk usia kerja adalah 208,54 juta orang. 14 persen di antaranya adalah penduduk dengan lulusan diploma dan sarjana S1 (Ernis, 2022).

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan lulusan sarjana banyak yang tidak mendapatkan kerja dalam jangka waktu yang lama. Menurut Head of Human Capital PT. Praweda Ciptakarsa Informatika yakni Alfeus Nehemia mengatakan bahwa penduduk yang memiliki latar pendidikan tinggi justru banyak dari mereka yang menganggur atau sulit mendapatkan pekerjaan yang layak. Menurutnya, salah satu alasan mengapa banyak sarjana yang masih belum mendapatkan pekerjaan dikarenakan keterampilan yang dimiliki sarjana tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan di perusahaan (Ernis, 2022).

Kemudian, faktor lainnya yang memicu pengangguran adalah minimnya sarjana yang berkualitas. Penelitian yang dilakukan oleh UNESCO dan ILO mendapatkan hasil bahwa, perguruan tinggi di Indonesia secara massif kurang menyediakan sarana prasarana yang memadai untuk menghasilkan sarjana yang berkualitas, melainkan berorientasi profit. Kondisi ini menyebabkan tingginya jumlah lulusan yang kurang berkualitas. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa banyak sarjana yang belum bekerja atau menganggur dalam waktu yang cukup lama (Anwar, 2022).

Dunia pendidikan merupakan tempat untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi lulusan yang memiliki keahlian, kemampuan serta pengalaman dalam bidangnya. Hal tersebut bertujuan agar mempersiapkan

mahasiswa dapat beradaptasi dan memenuhi kebutuhan di dunia pekerjaan. Di era transformasi digital, mahasiswa harus bisa beradaptasi dengan perubahan tren yang begitu cepat. Sehingga dibutuhkan lulusan yang berkualitas, tidak hanya menguasai ilmu namun juga memiliki skill dan pengalaman yang dapat menunjang ketika di dunia kerja.

Maka dari itu, perguruan tinggi memiliki pengaruh penting bagi mahasiswa dalam memberikan bekal di dunia kerja. Perguruan tinggi dapat meningkatkan dan mengembangkan soft skill yang dimiliki seseorang. Soft skill tersebut merupakan kepercayaan diri, komunikasi, memiliki pemikiran yang kritis, menjadi problem solver dan sebagainya. Tidak hanya soft skill yang dikembangkan, namun hard skill juga dapat ditingkatkan sesuai dengan bidang dan minat masing-masing. Survey yang dilakukan oleh Times Higher Education bahwa alasan utama seseorang masuk ke perguruan tinggi adalah ingin mempertajam minat yang mereka miliki. Perkuliahan merupakan wadah yang tepat bagi mereka yang ingin belajar, bersosialisasi, meningkatkan dan mengembangkan soft skill dan hard skill (Anjani, 2022).

Salah satu cara perguruan tinggi untuk membantu mahasiswa mengenal dan melatih soft skill dan hard skill yang mereka miliki di dunia kerja adalah melalui magang. Magang merupakan proses dimana seseorang dapat menerapkan pengetahuan yang mereka miliki di dunia pendidikan ke dunia kerja. Pemagang mendapatkan pengetahuan, wawasan, pengalaman dan dapat memahami sistem yang ada di dunia kerja yang sesungguhnya (Al-Amin, 2022). Adapun tujuan dari magang yakni mendapatkan pengalaman di dunia kerja, dapat mengembangkan keterampilan, meningkatkan soft skill dan hard skill, membangun relasi secara profesional, mendapatkan referensi kerja dan mendapatkan kesempatan untuk eksplorasi karir (Adieb, 2021).

Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk mengikuti kegiatan Kerja Profesi. Kerja Profesi merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk memberikan gambaran kepada mahasiswa mengenai dunia kerja. Kerja Profesi memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan atau mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di perkuliahan, sesuai dengan program studi dan minat masing-masing. Kerja Profesi sendiri merupakan mata kuliah wajib yang diikuti oleh seluruh mahasiswa Universitas

Pembangunan Jaya, Program Studi Ilmu Komunikasi. Kerja Profesi dilaksanakan dengan bobot 3 (tiga) Sistem Kredit Semester (SKS), dengan kegiatan yang dilakukan Kerja Profesi selama 3 (tiga) bulan, maksimal waktu yang diperoleh adalah 400 jam kerja. Kerja Profesi ini dilakukan oleh mahasiswa semester enam menuju semester tujuh (Universitas Pembangunan Jaya, 2021).

Pada Fakultas Humaniora dan Bisnis, Program Studi Ilmu Komunikasi dengan minor Public Relations, mahasiswa tidak hanya diberikan teori-teori akademis namun juga praktik-praktik khusus yang berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal. Praktik tersebut melatih mahasiswa dalam berkomunikasi, tanggung jawab serta profesionalisme ketika menghadapi dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Serta Kerja Profesi ini penting dilakukan oleh mahasiswa Public Relations agar dapat mengasah pengetahuan serta skill yang dimiliki di dalam dunia kerja. Public Relations sendiri memiliki arti sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2006).

Sebagai mahasiswa Public Relations atau PR, harus dapat memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan tren-tren yang ada di sosial digital. Sebagai seorang PR juga harus mampu membuat perencanaan yang matang. (RR Roosita Cindrakasih, 2024) Praktikan juga dibekali ilmu-ilmu pengetahuan mengenai bagaimana menjadi seorang Public Relations yang baik dan benar ketika di perkuliahan. Praktikan juga harus mempelajari bagaimana perkembangan humas di era 4.0, agar bisa menerapkannya di dunia pekerjaan. Setiap perusahaan membutuhkan seorang PR sebagai jembatan antara perusahaan dengan publik, sehingga informasi yang didapat akan mudah diperoleh jika ada seorang PR. Namun, seorang PR tidak hanya memiliki tugas sebagai jembatan antara perusahaan dengan publik, namun PR juga memiliki berbagai kepentingan untuk perusahaan dan publiknya terlebih mengenai *crisis* (Nova, 2009).

Kegiatan-kegiatan PR antara lain membentuk strategi dalam setiap program yang dijalankan PR, menganalisis isu dan opini pada publik, membuat acara-acara khusus perusahaan. Kemudian, menjaga hubungan

baik antara pihak atau lembaga yang berhubungan dengan perusahaan. Lalu, seorang PR juga harus memiliki kemampuan untuk membuat brief, menulis, mengedit, membuat dan menyusun konten, press release, mempersiapkan press conference. Lalu, PR juga harus memiliki strategi khusus yang telah disiapkan ketika perusahaan mengalami kasus atau krisis. Kegiatan yang dilakukan PR seputar kepentingan perusahaan dan publik (Tumpi, 2015).

Era digital saat ini mengharuskan PR lebih bersaing dalam membuat sebuah kegiatan yang berkaitan dengan perusahaan dan publik. Era digital merubah cara pandang seorang PR dalam membangun reputasi perusahaan. Membangun reputasi sudah tidak lagi melalui media konvensional namun banyak perusahaan yang beralih ke platform media digital dan media sosial. PR harus lebih sering melakukan riset pasar untuk melihat tren-tren yang berkembang cukup pesat. Seorang PR juga membangun strategi konten untuk menciptakan loyalitas pada audiens. Selain membangun awareness audiens, PR juga harus bisa membuat strategi konten yang membangun rasa percaya audiens. Konten yang dapat membangun rasa percaya biasanya konten-konten yang melibatkan audiens secara langsung, sehingga terdapat komunikasi secara dua arah (Indoensia PR, 2020).

Lalu, tahap yang dilakukan PR ketika di era digitalisasi ini adalah memperhatikan engagement. Konten yang telah direalisasikan harus memiliki tolak ukur keberhasilan, sehingga bisa menjadi bahan evaluasi bagi PR untuk mengembangkan konten lebih baik lagi (Indoensia PR, 2020). Untuk dapat merealisasikan kegiatan-kegiatan PR dibutuhkan keahlian atau bidang khusus yang biasa disebut sebagai Marketing Komunikasi. Marketing komunikasi merupakan bentuk komunikasi yang bersifat informative dan juga persuasif dengan tujuan untuk meningkatkan awareness dan mempromosikan suatu produk atau jasa. Dengan adanya Marketing komunikasi, perusahaan dapat berhubungan dengan pihak-pihak eksternal serta audiens secara efektif dan mudah. Marketing komunikasi memiliki peran penting pada perusahaan karena memegang beberapa divisi yang ada dibawah naungannya. Divisi yang berhubungan dengan Marketing komunikasi ada Promotion, Administrasi dan Design (Saretta, 2021).

Marketing komunikasi tidak hanya berfokus pada penjualan atau sales, namun juga memperhatikan brand awareness, feedback dari audiens, memproduksi konten, menyusun strategi konten, menulis dan mengedit, menghubungi pihak-pihak eksternal dan sebagainya (Saretta, 2021). Selain itu, marketing merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan mereka (Rauf, 2021). Terdapat perubahan strategi marketing sebelum pandemi dan pasca pandemi. Sebelum pandemi strategi Marketing masih banyak yang menggunakan strategi konvensional seperti membuat billboard, banner atau umbul-umbul di jalan. Sedangkan pasca pandemi strategi Marketing berubah secara drastis, kebanyakan perusahaan beralih ke strategi digital yakni memaksimalkan sosial media. Hal ini dikarenakan adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang mengubah struktur pasar (Desak Made Febri Purnama Sari, 2022). Hal ini banyak perusahaan yang mulai memakai sosial media seperti instagram, tiktok, twitter bahkan facebook untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka miliki.

Kegiatan pada marketing communication pada perusahaan PT DDD memiliki tujuan utama yaitu untuk meningkatkan brand awareness terhadap produk yang dijual pada perusahaan yakni properti. Selain itu, kegiatan berfokus terhadap membantu divisi sales dengan menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan divisi sales seperti membuat konten di sosial media, membuat booklet dan leaflet, mencari tempat pameran, membuat event dan alat bantu tim Sales dalam proses presentasi kepada calon buyer maupun customer. Salah satunya adalah event cooking with ABC Studio dan painting class with Bartega.

Alasan praktikan dalam bidang sosial media yakni untuk dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan pembelajaran terkait digital marketing pada perusahaan properti. Sehingga praktikan dapat memiliki pengetahuan secara luas, tidak hanya dalam bidang entertain namun juga pada bidang properti. Selain itu sosial media juga merupakan platform yang sangat berkaitan dengan bidang kuliah yang praktikan pelajari, sehingga praktikan dapat bisa menerapkan ilmu serta pengetahuan yang praktikan dapat ketika perkuliahan. Hal tersebut menjadi alasan kuat mengapa praktikan melakukan kerja profesi di perusahaan property yakni PT. Duti Diamond Development (SINAR MAS LAND). Perusahaan tersebut bergerak dibidang properti, salah satu properti yang dimiliki oleh Sinar Mas Land adalah Unit Kizo.

Berdasarkan latar Belakang yang telah diuraikan, praktikan membuat judul laporan Kerja Profesi “PERAN DAN PROSES KERJA CONTENT CREATOR PADA DEPARTEMEN MARKETING COMMUNICATION, PT DUTI DIAMOND DEVELOPMENT” Melalui laporan Kerja Profesi ini, praktikan akan menjelaskan bagaimana kegiatan dalam divisi design sebagai content creator di perusahaan properti KIZO Residence.. Bagaimana sistem pada perusahaan, budaya dalam perusahaan, bagaimana cara mengatasi kendala saat bekerja dan apa solusi yang dapat diberikan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Berikut maksud dari Kerja Profesi yang telah dilakukan oleh mahasiswa, antara lain:

1. Mempraktikkan teori dan pengalaman praktik yang diperoleh semasa studi pada Departemen Marketing Communication perusahaan property.
2. Mempelajari bagaimana cara untuk membuat planning konten, memproduksi konten, membuat design, mengedit dan running sebuah event.
3. Meningkatkan wawasan serta pengetahuan mengenai dunia digital sebagai content creator.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Berikut tujuan dari Kerja Profesi yang telah dilakukan oleh mahasiswa, antara lain :

1. Mendapatkan pengalaman, wawasan, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan bekerja sebagai content creator di perusahaan property.
2. Dapat memperoleh ilmu pengetahuan mengenai cara untuk membuat planning konten, memproduksi konten, membuat design, mengedit dan running sebuah event.
3. Mendapatkan pengetahuan serta pengalaman mengenai dunia digital sebagai content creator.

1.3 Kegunaan Kerja Profesi

1.3.1 Bagi UPJ

1. Mendapatkan saran atau masukan secara positif agar dapat menyempurnakan kurikulum program studi, sesuai dengan perkembangan zaman.
2. Memperluas jaringan kerja sama antara pihak Universitas Pembangunan Jaya dengan pihak eksternal atau instansi atau perusahaan yang terkait.
3. Memberikan masukan untuk mewujudkan konsep *link and match* pada dunia Pendidikan dan industry, serta dapat meningkatkan kualitas layanan dengan *stakehold*.

1.3.2 Bagi Mahasiswa

1. Mendapatkan ilmu pengetahuan ketika melakukan kerja profesi sehingga dapat mengimplementasikan ilmu yang telah di pelajari pada saat perkuliahan.
2. Mendapatkan pengalaman yang bermanfaat bagi mahasiswa di dunia kerja sebagai *content creator*, mahasiswa juga dapat mempelajari dan menerapkan sikap, pengetahuan serta keterampilan tersebut untuk menjadi bekal bagi mahasiswa.
3. Dapat melakukan komunikasi dengan baik, efektif serta professional kepada pihak internal maupun eksternal sesuai dengan kebutuhan pekerjaan.

1.3.3 Bagi Instansi Perusahaan

1. Memberikan kerja sama positif antara pihak yang terlibat.
2. Menjalani hubungan baik dengan Universitas dengan instansi atau perusahaan.
3. Dapat merealisasikan tanggung pada kelembagaan.

1.4 Tempat Kerja Profesi

PT Diamond Development Indonesia (DDI) merupakan perusahaan joint venture antara Mitsubishi Corporation melalui perusahaan PT Diamond Development Indonesia (DDI) dan Sinar Mas Land dengan nama perusahaan PT Duta Pertiwi Tbk. Perusahaan ini bergerak pada bidang properti dengan unit apartemen yaitu KIZO RESIDENCE yang diresmikan sejak tahun 2019 yang berlokasi di Sinarmas Land Plaza Tower 1, 6th Floor, JL. M.H Thamrin No.51, Jakarta Pusat, 10230. Sedangkan untuk unit proyek beralamat di Jl. RS. Fatmawati Raya, Cipete Utara, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12150.

Selama melakukan kerja profesi di Sinarmas Land, praktik bekerja di bagian promotion divisi design. Praktikan mendapatkan tugas dan tanggung jawab melakukan pekerjaan seperti membuat desain untuk kebutuhan promosi baik luring maupun daring, sebagai narahubung untuk melakukan kontak dengan Influencer & KOL, membuat konsep konten visual berupa foto dan video, produksi visual foto & video, menyunting foto & video, dokumentasi acara, melakukan survey tempat untuk pameran dan melakukan riset untuk konten Instagram dan Tiktok. Praktikan bekerja dari 6 Juni hingga 6 September 2022, mulai dari hari Senin hingga Jumat pukul 8.30 - 17.30 WIB dengan total jam kerja sebanyak 480 Jam.

Praktikan memilih Sinarmas Land dikarenakan memiliki ketertarikan pada Marketing Communication pada perusahaan properti. Praktikan ingin mengetahui bagaimana cara Marketing yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang properti. Selain itu, Sinarmas Land adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia dengan 40 tahun pengalaman di bidang properti. Sehingga praktikan memiliki kepercayaan dan keyakinan besar untuk mendapatkan ilmu pengetahuan serta pengalaman, jika melakukan Kerja Profesi di PT. Duta Diamond Development unit apartemen KIZO Residence.

Berikut data dan informasi singkat mengenai perusahaan tempat pelaksanaan Kerja Profesi :

Nama Intansi : PT. DUTI DIAMOND DEVELOPMENT

Alamat : Sinarmas Land Plaza Tower 1, 6th Floor, JL. M.H Thamrin No.51, Jakarta Pusat, 10230.

Telepon : 021 27095556

Email : info@kizo.co.id

Divisi : Design

Praktikan melakukan Kerja Profesi secara hybrid, sesuai dengan urgensi serta kebutuhan perusahaan. Praktikan berharap dengan melakukan kerja profesi di PT. Duti Diamond Development agar mendapatkan ilmu dan pengalaman pada bidang Marketing communication serta membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja di Sinarmas Land. Praktikan juga berharap dengan melakukan Kerja Profesi, praktikan dapat memberikan kontribusi yang baik dan positif kepada perusahaan.

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Timeplan Pelaksanaan Kerja Profesi

NO	KEGIATAN	April				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	2	3	4
1	Mempersiapkan CV dan Porfolio	■	■	■	■																				
2	Mencari perusahaan yang membuka program magang		■	■	■	■																			
3	Mengirimkan CV dan Porfolio ke PT.DDD					■	■																		
4	Mendapatkan feedback dari PT.DDD					■	■																		
5	Melakukan wawancara oleh PT.DDD							■	■																
6	Melengkapi dokumen keperluan KP ke perusahaan									■	■														
7	Melengkapi dokumen KP ke prodi									■	■														
8	Pelaksanaan KP di PT.DDD											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Bimbingan KP																								
10	Pembuatan laporan KP																					■	■	■	■
11	Pengumpulan laporan KP																					■	■	■	■

Dalam melakukan Kerja Profesi ada berkas-berkas yang harus dipersiapkan dan dibutuhkan sebelum praktikan melaksanakan Kerja Profesi. Berkas tersebut diantaranya adalah praktikan harus melampirkan transkrip nilai dari semester 1 (satu) hingga semester 6 (enam), sebagai syarat untuk mengikuti mata kuliah Kerja Profesi dan untuk melengkapi berkas kampus. Kemudian pada bulan April dan Mei 2022, praktikan mempersiapkan CV beserta Portofolio untuk diajukan ke beberapa perusahaan melalui platform pencari kerja yakni, LinkedIn dan JobStreet. Praktikan mencari pekerjaan yang sesuai dengan bidang

yang praktikan minati dan pastinya berhubungan dengan bidang Ilmu Komunikasi khususnya public relations.

Praktikan juga mencari perusahaan yang membuka lowongan magang melalui sosial media Instagram, seperti @magang_id dan @infokertangsel. Salah satu perusahaan yang sedang membuka lowongan sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi (public relations) adalah Kidzania dan TukangSayur.id. Kedua perusahaan tersebut membuka lowongan di bidang Ilmu Komunikasi yakni, Marketing Communication dan Social Media Specialist. Namun, setelah praktikan mengirimkan e-mail kepada kedua perusahaan tersebut, masih belum mendapatkan feedback. Sehingga praktikan harus mencari alternative lain, agar dapat memenuhi waktu tenggat dari timeline praktik Kerja Profesi.

Pada bulan Mei 2022, praktikan menemukan bahwa PT. DUTI DIAMOND DEVELOPMENT yang sedang membuat property baru yakni KIZO Residence, sedang membuka lowongan di bagian divisi design, melalui sosial media Instagram. Praktikan mengajukan CV dan Portofolio melalui e-mail yang tertera di tempat pencari kerja. Lalu, pada bulan yang sama, praktikan mendapatkan panggilan interview agar dapat mengetahui potensi yang dimiliki praktikan, sekaligus untuk memperkenalkan diri. Dua hari kemudian, praktikan mendapatkan feedback melalui email dan juga WhatsApp bahwa praktikan dapat melaksanakan magang untuk memenuhi praktik Kerja Profesi di PT. DUTI DIAMOND DEVELOPMENT KIZO Residence sebagai content creator di divisi design.

Praktikan mulai menyiapkan dokumen-dokumen yang harus diberikan kepada perusahaan, antara lain adalah lampiran surat pernyataan kampus untuk kebutuhan data magang, nomor rekening dan form penilaian dari kampus. Kemudian, praktikan juga mempersiapkan dokumen yang dibutuhkan untuk kampus seperti surat pengantar perusahaan, transkrip nilai, pengajuan KP dan form penerimaan KP. Pada tanggal 6 Juni 2022 praktikan mulai melaksanakan Kerja Profesi dengan work form office. Selama praktikan melaksanakan magang, praktikan juga mempersiapkan laporan kerja profesi dan juga melakukan bimbingan, untuk mengumpulkan pelaporan KP pada akhir September 2022.