

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Era saat ini menuntut seluruh perusahaan untuk berkembang mengikuti perkembangan zaman yang serba digital. Banyak perusahaan yang melebarkan jaringan bisnisnya melalui media online, seperti media sosial. Hampir seluruh perusahaan dari perusahaan kecil hingga besar memiliki akun media sosial yang dikelola sendiri. Dengan adanya potensi pasar yang besar dijadikan alasan utama bagi para perusahaan untuk menggunakan media sosial. Pengguna aktif media sosial telah mencapai angka 150 juta pengguna di Indonesia (Databoks, 2019). Hampir 56% dari jumlah populasi jiwa yang ada di Indonesia menggunakan media sosial (Databoks, 2019). Hal ini lah yang dimanfaatkan para perusahaan karena potensi perekonomian berkembang secara pesat pada media sosial.

Pengelolaan media sosial sebuah perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang ahli dalam bidangnya. Hal tersebut berguna untuk keberlangsungan jangka panjang bagi persona media sosial yang dimiliki. Seorang *Content creator* merupakan pekerja yang dibutuhkan untuk membuat suatu konten, baik dalam bentuk audio-visual, maupun dalam bentuk teks. Tugas utama seorang *Content creator* adalah untuk memproduksi suatu konten yang menarik bagi para target audiens. Seorang *Content creator* dibutuhkan pada berbagai macam *platform*, salah satunya adalah *platform* media sosial, seperti Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, dan sebagainya.

Menurut Sundawa dan Trigatanti dalam (Mega Mutia Maeskina, 2022) menyatakan bahwa seorang *content creator* mampu memiliki keterampilan untuk menyebarkan data melalui ilustrasi foto, tulisan, ataupun video yang disebut dengan konten. Tugas yang dijalankan oleh *content creator* adalah mengumpulkan informasi yang sedang banyak dibicarakan dengan data-data yang dijamin kredibilitasnya sehingga, riset dan membuat konsep menjadi penting bagi *content creator* untuk menciptakan sebuah konten yang baik dan mampu menarik perhatian publik.

Persaingan di era digitalisasi seperti sekarang terbilang sangat mengkhawatirkan. Pengalaman sangat dibutuhkan jika ingin melamar suatu pekerjaan. Terutama pada bidang digital, yaitu *Content creator*.

Pengalaman pekerjaan termasuk ke dalam satu hal yang penting bagi setiap orang. Agar seorang mahasiswa dapat ikut bersaing dalam meraih suatu pekerjaan membutuhkan suatu pengalaman. Pengalaman yang dibutuhkan berguna untuk menjadi pelajaran bagi seorang mahasiswa sebelum menempuh dunia kerja yang sesungguhnya. Menurut hasil riset dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa angka pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2023 mencapai angka 7,99 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2023). Hal ini menjadi salah satu bukti nyata bahwa persaingan di dalam dunia pekerjaan sangat ketat dan memerlukan keterampilan.

Pengalaman kerja tidak hanya membantu mengembangkan suatu profesi, tetapi juga membentuk kepribadian seseorang dan pengalaman di industri. Sebagian besar perusahaan memiliki kategori atau persyaratan tertentu untuk dapat diterima bekerja di sana. Salah satunya pada keahlian dan pengalaman yang dimiliki paling sedikit ialah 1 tahun, Sulit bagi lulusan baru untuk melamar pekerjaan karena ada persyaratan minimal satu tahun keterampilan dan pengalaman. Dengan adanya pengalaman kerja yang panjang dan banyak diharapkan akan ada dampak yang baik, di mana mereka akan memiliki kemampuan yang jauh lebih besar dari orang-orang yang melamar pekerjaan tanpa adanya pengalaman (Julkarnaen, 2019). Dalam hal ini sudah dipastikan bahwa setiap perusahaan akan lebih tertarik terhadap calon karyawan yang sudah banyak memiliki pengalaman. Di dalam tahapan proses penerimaan kerja pada setiap instansi atau perusahaan pasti akan dilihat dari pengalaman kerja yang sudah dimiliki oleh para calon karyawannya (Sriyanto, 2017).

Mata kuliah Profesi Kerja ditawarkan oleh Universitas Jaya untuk membantu mahasiswa menghadapi masalah yang muncul terkait hal ini. Semua mahasiswa wajib mengikuti kursus ini. Tujuan dari mata kuliah ini adalah memberikan pemahaman tingkat akhir tentang dunia kerja yang nyata. Dengan demikian, mereka dapat lulus dari program ini dengan keterampilan lunak dan keras keterampilan keras yang diperoleh melalui pembelajaran teoretis untuk diterapkan di dunia kerja.

Karena mata kuliah tersebut diwajibkan bagi semua mahasiswa, menghadiri Universitas Pembangunan Jaya menjadi sangat penting. Salah satu tujuan Universitas Pembangunan Jaya adalah menggunakan nilai-nilai Jaya dan pola ilmiah UPJ untuk mengembangkan masyarakat Jaya menjadi pembelajar sepanjang hayat yang sangat kompetitif dan berperilaku terhormat. Salah satu tujuan Universitas Pembangunan Jaya adalah menghasilkan lulusan yang kompetitif, terhormat, dan memiliki perspektif luas sambil beradaptasi dengan perubahan di industri masing-masing. Selain itu, untuk menghasilkan lulusan yang imajinatif, kreatif, dan berprestasi di tingkat nasional dan internasional sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Universitas Pembangunan Jaya, 2020).

Mahasiswa diharapkan untuk berkontribusi dengan pengetahuan dan keahlian mereka pada program akademik yang dipilih melalui Kerja Profesional (KP). Pekerjaan profesional juga bermanfaat dalam meningkatkan standar sumber daya manusia (SDM) di Indonesia dan memberikan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya wawasan tentang dunia kerja. Di Universitas Pembangunan Jaya, kerja vokasional sekarang diwajibkan sebagai prasyarat untuk kelulusan. Empat mata kuliah KP masing-masing bernilai tiga (3) kredit, dan mereka memerlukan kerja minimal 400 (empat ratus) jam dan maksimal 8 (delapan) jam setiap hari selama periode sekitar tiga (3) bulan (Soerjoatmodjo, 2021).

Dengan perkembangan yang sangat pesat, kini teknologi semakin maju dan membuat perubahan terhadap beberapa bidang dan proses kerja pada era ini. Salah satu yang menjadi tujuan utama dari para lulusan Ilmu Komunikasi merupakan ruang lingkup pekerjaan pada media sosial. Media sosial banyak dimanfaatkan banyak perusahaan karena proses kerjanya yang memiliki sifat fleksibel dan efisien untuk dijalankan. Perkembangan teknologi dan internet menjadikan pemasaran pada dunia maya kerap dijadikan sasaran secara *digital marketing*. Menurut We Are Social, pengguna media sosial di seluruh dunia kini mencapai 4,76 miliar pengguna pada Januari 2023 (Cindy Mutia, 2023). Maka dari itu suatu perusahaan untuk dapat mengelola media sosialnya membutuhkan bantuan pekerja agar media sosial yang dijalankan berhasil dalam perkembangannya.

Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya terpecah minor menjadi 2 (dua), yaitu *broadcasting journalism* dan *public relations*. Walaupun memiliki perpecahan bidang, tetapi mata kuliah yang dipelajari tidak jauh beda

karena Ilmu Komunikasi memiliki perluasan dalam bidang yang menjadi kan *broadcasting journalism* dan *public relations* tidak harus dibedakan spesifik tetapi diharapkan untuk dapat saling melengkapi.

Cabang Ilmu Komunikasi dari *broadcasting journalism* memiliki mata kuliah tambahan untuk dapat mempelajari perkembangan dunia teknologi seperti di dalam hubungan masyarakat. Mata kuliah wajib seperti, Pengantar Jurnalistik, Jurnalisme Online, Manajemen Acara, Manajemen Media, Pengantar Hubungan Masyarakat, Hubungan Masyarakat Online, dan Produksi Media Hubungan Masyarakat dapat dijadikan pembekalan dari kampus untuk sedikit banyaknya mahasiswa memiliki pengetahuan mengenai ruang lingkup pekerjaan yang membutuhkan materi ataupun teori praktek. Selain itu Mata kuliah seperti, Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi, Media Audio Visual, *Public Speaking*, *Critical and Creative Thinking*, Komunikasi dan Media Baru menjadi pembekalan dasar bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk terjun ke dalam dunia kerja.

Dalam melakukan Kerja Profesi, praktikan diterima oleh salah satu agensi media, yaitu United Creative yang bergerak pada bidang agensi media dan memiliki berapa pilar di dalamnya, salah satunya adalah United Entertainment. Praktikan melakukan Kerja Profesi di dalam pilar Unied Entertainment yang memiliki salah satu divisi yang bernama Drama Ojol. Pada saat paraktikan menjalankan kerja profesi, praktikan ditugaskan untuk dapat membuat strategi dalam menyiapkan suatu konten, meriset topik yang sedang menjadi tren, mencari tau cara penyampaian pesan yang efektif, media yang digunakan untuk memproduksi suatu konten dan memproduksi konten untuk media sosial. Praktikan juga diharuskan dapat berkoordinasi dan berkomunikasi dengan anggota tim di satu divisi, seperti, *project lead*, *community*, *design graphics*, dan *videographer/photographer*. Dari penjelasan *job desk* di atas membuat praktikan memiliki ketertarikan untuk dapat melakukan kegiatan Kerja Profesi di Drama Ojol agar dapat mengimplementasikan teori-teori dari mata kuliah yang dipelajari pada saat melaksanakan perkuliahan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud dari kegiatan Kerja Profesi pada United Creative:

1. Mempelajari aktivitas sosial media *creation*
2. Mempelajari perusahaan pola kerja agensi media dalam pengelolaan media sosial
3. Mempelajari bagaimana pembuatan konten dengan ekosistem aplikasi yang berbeda.

1.1.1 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan dari kegiatan Kerja Profesi pada United Creative antara lain:

1. Memperoleh dan mengenal secara langsung dunia kerja pada Divisi Sosial Media Creative PT. Kreasi Karya Bangsa (United Creative)
2. Memperoleh kesempatan mengeksekusi pembuatan konten sosial media pada akun hiburan
3. Memperoleh pengalaman membuat konten promosi atau berbayar dari klien
4. Memperoleh pengalaman di dalam dunia pekerjaan di bidang ilmu komunikasi.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Nama Perusahaan : PT. Kreasi Karya Bangsa (United Creative)

Alamat : Jl. Panjang No.29, RT.8/RW.1, Kedoya Sel., Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 11520.

Telepon : 0887-1886-888

Website : unitedcreative.co.id

Karena United Creative memiliki jobdesk yang sesuai dan bekerja di bidang ilmu komunikasi, yaitu kreatif media sosial, para praktisi memilih United Creative sebagai lokasi untuk bekerja secara profesional. Selain itu, jam kerja yang fleksibel adalah alasan lain mengapa praktisi memilih United Creative sebagai lokasi kerja profesional mereka, mereka juga memiliki akses ke berbagai rekan kerja yang tidak terlalu tua sehingga tidak menyulitkan dalam bersosialisasi. Kemudian, pakaian formal tidak diperlukan untuk busana perusahaan. Selain itu, para praktisi tertarik untuk mengetahui bagaimana perusahaan agensi digital melaksanakan pekerjaan mereka di ranah digital.

United Creative sebagai digital agensi memiliki 5 pilar bisnis, yaitu United Sport, United Studio, United Live, United Distribution, dan United Entertainment. Praktikan masuk ke dalam pilar United Entertainment yang mengelola beberapa

Karya Bangsa selama tiga (3) bulan sampai dengan 5 September 2023. Dan pada saat ini juga praktikan melakukan perkenalan terhadap karyawan-karyawan yang ada di dalam PT. Kreasi Karya Bangsa. Perkenalan dilakukan dengan cara dipandu oleh HRD dengan memperkenalkan praktikan kepada karyawan lainnya yang bekerja pada PT. Kreasi Karya Bangsa.

Dalam menjalankan kegiatan Kerja Profesi, United Creative mempunyai jam kerja, yaitu dimulai dari pukul 09.00 WIB s/d 18.00 WIB. Pekerjaan dilakukan di kantor atau *work from office* selama delapan (8) jam sehari. Karena agensi media, maka jam kerja dilakukan juga pada hari libur, hari Sabtu dan Minggu tetapi secara *work from home* dengan waktu yang lebih fleksibel. Total jam kerja Praktikan adalah kurang lebih sebanyak 500 Jam.

Selama menjalankan kegiatan Kerja Profesi, secara bertahap praktikan menyusun apa saja yang harus ada di dalam laporan Kerja Profesi secara bertahap yang dimulai dari bulan Agustus minggu pertama (1) sampai dengan September minggu pertama (1). Dan praktikan mulai memfinalisasi laporan Kerja Profesi pada September minggu kedua (2) sampai dengan awal minggu pertama (1) di bulan Oktober.

