

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang KP

Pengangguran merupakan masalah yang sangat kompleks karena sangat mempengaruhi roda perekonomian negara serta beberapa faktor lain yang mengganggu stabilitas negara. Dengan masalah tersebut yang masih menjadi masalah umum di Indonesia yakni terkait pengangguran, Apabila pengangguran tersebut tidak segera diatasi, maka dapat menimbulkan kerentanan sosial dan dapat berpotensi mengakibatkan kemiskinan di suatu negara. (BPS, 2016) Selama ini, berbagai kebijakan dibuat disetiap pemerintahan untuk menanggulangi masalah pengangguran, kebijakan yang dibuat secara sentralistik oleh pemerintah pusat yang dalam hal ini dimentori oleh Kementerian Tenaga kerja dan Transmigrasi. (Kemenakertrans), merancang berbagai program untuk dapat mengatasi masalah pengangguran. Program tersebut diantaranya adalah memberikan pendidikan gratis untuk meningkatkan taraf pendidikan, pelatihan tenaga kerja di setiap daerah, *job fair*, serta bimbingan dan bantuan untuk berwirausaha.

Saat ini sendiri Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran per- Februari 2020 mencapai 6,88 juta. Jumlah ini juga menaik sampai 0,6 juta atau menjadi 60 ribu orang dibandingkan Febuari 2019. Dengan naiknya pengangguran ini juga menambahkan tingkatan angkatan kerja Indonesia per Februari 2020 yang mencapai 137,91 juta orang atau naik 1,73 juta orang.

Lebih spesifik lagi dilansir oleh Vice.com, Hasil survei dari Willis Towers Watson yang dilakukan sejak 2014 hingga 2016 menyebutkan delapan dari sepuluh perusahaan di Indonesia kesulitan mendapatkan lulusan perguruan tinggi dalam negeri siap pakai. Statement tersebut juga didukung oleh data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Dimana Tingginya tingkat pendidikan ternyata tidak menjamin mudahnya mendapatkan pekerjaan. Data Biro Pusat Statistik 2019 menunjukkan tingkat pengangguran lulusan diploma dan universitas masing-masing berada di kisaran 6 hingga 7 persen, jauh di atas tingkat pengangguran lulusan SD

(2,7 persen) dan SMP (5 persen) (renaldi, 2018).

Pada era *disruptive era* dan pasar persaingan bebas pada saat ini sangat menuntut manusia untuk mengembangkan manusia lainnya untuk memperoleh pekerjaan karena adanya inovasi teknologi dan komunikasi. Hal ini juga turut didukung oleh Pakar pendidikan dan mantan Guru Besar Universitas Negeri Jakarta, Arief Rachman, yang mengatakan bahwa kualitas perguruan tinggi selama dua puluh tahun terakhir tidak kunjung membaik. Desain kurikulum pendidikan berbagai jurusan selalu tertinggal dari kebutuhan riil industri dan bisnis. Semua ini, menurut Arief, adalah akumulasi kesalahan sistem pendidikan yang diwariskan era Orde Baru. Selama Suharto berkuasa, pendidikan tinggi dirancang untuk tidak menghargai proses belajar dan hanya mementingkan status akhir sebagai sarjana.

Oleh karena itu, mengembangkan kemampuan atau *skill* yang kita miliki adalah salah satu faktor utama agar individu memiliki potensi untuk dirinya sendiri agar dapat bersaing dan dapat terserap dalam dunia *industry* kerja sesuai dengan kebutuhan *industry* itu sendiri. Pengembangan diri ini sangat diperlukan agar seseorang dapat lebih berkompeten pada bidangnya masing-masing.

Untuk mengembangkan kemampuan dan juga potensi diri agar dapat masuk kedalam kualifikasi yang dibutuhkan oleh *industry* dan dunia kerja itu, Dilansir dari IDN Times ada 5 Kriteria yang dibutuhkan mahasiswa untuk mendapatkan pekerjaan dan memenuhi persyaratan kerja di era digital 4.0 ini yakni Pengoperasian komputer, Manajemen waktu, *Problem Solving*, Bekerja secara mandiri & Kemampuan media sosial. Oleh karena itu mahasiswa maupun calon pekerja yang hendaknya ingin mendapat pekerjaan harus memiliki 5 skill diatas untuk mendapatkan pekerjaan dan juga dipekerjakan oleh perusahaan di era digital 4.0 ini.

Maka untuk menjawab pertanyaan dan menjelaskan pernyataan diatas Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan untuk mahasiswa nya untuk mengikuti Kerja Profesi (KP) yang merupakan salah satu kegiatan yang dapat memberikan gambaran atau pelatihan yang langsung dan lebih komprehensif kepada mahasiswa mengenai dunia kerja yang sesungguhnya serta memberikan kesempatan untuk mahasiswa mengaplikasikan teori yang telah diperoleh nya dan juga Kerja Profesi

(KP) ini memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat berlatih, menganalisis dalam lingkup dunia kerja.

Begitu pula hal yang melatarbelakangi mengapa Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan seluruh mahasiswa nya menjalankan Kerja Profesi, agar memiliki kemampuan yang baik dalam bidangnya guna untuk bisa memenangkan persaingan di dunia kerja yang semakin ketat. Semua itu harus bisa dikembangkan oleh mahasiswa melalui proses pembelajaran pada bangku kuliah ataupun melalui buku- buku dan sebagainya.

Kegiatan belajar mengajar yang dilakukan di kampus saja belum cukup jika digunakan sebagai bekal saat memasuki dunia kerja, karenanya dibutuhkan sebuah program kegiatan yang menempatkan mahasiswa berada dalam situasi kerja yang sebenarnya. Universitas Pembangunan Jaya , pada prodi Ilmu Komunikasi memiliki program tersebut dan telah menjadi mata kuliah wajib yang bernama Kuliah Kerja Profesi. Universitas Pembangunan Jaya memiliki program studi ilmu komunikasi dan salah satu minor yang tersedia adalah *Public Relations*.

*Public Relations* merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua jenis perusahaan, baik itu yang bersifat komersial maupun non komersial, di sektor pemerintah maupun swasta. Setiap humas dan fungsi kehumasan dalam perusahaan harus memiliki ruang pemberitaan untuk membahas konten apa yang harus disampaikan ke publik. Untuk itu, dalam memanfaatkan media, seorang humas wajib kreatif dan interaktif bersama publik. pergeseran cara kerja kehumasan di era digital, khususnya terkait dengan pemanfaatan aneka tempat interaksi (platform) di media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan Twitter, yang kini menjadi alat utama dalam menjalankan fungsi kehumasan (Widiyarti, 2019).

Media sosial merupakan situs yang menyediakan wadah bagi para penggunanya untuk saling berkomunikasi walaupun jarak jauh secara daring di internet. Media sosial tersebut meliputi Youtube, Facebook, Instagram, Twitter dan lain sebagainya (Hermawan).

Tidak hanya digunakan bagi personal saja, tetapi media sosial juga sering digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk maupun jasa kepada konsumen, dan mendorong konsumen untuk terkoneksi dari berbagai informasi

dengan *brand* melalui jaringan media sosial yang tersedia (Sari, 2018)

Salah satu perusahaan di Indonesia yang mengerjakan tugas dan menjalankan tugas Marketing Communication adalah radio Hard Rock FM, perusahaan ini merupakan perusahaan radio Sebagai salah satu radio di kota Jakarta yaitu Radio Hard Rock FM dengan frekuensi 87,6 yang memberikan hal yang berbeda dengan radio-radio lainnya. Hard Rock FM salah satu radio dari MRA Group, PT Radio Antar Nusa Djaja yang target pendengarnya umur 25 sampai 35 tahun (Hard Rockfm, 2019) Karena di Indonesia ada banyak radio lain yang juga membahas mengenai gaya hidup, seperti Prambors FM atau Mustang FM yang juga banyak didengar oleh anak-anak muda yang umurnya dekat dengan pendengar Hard Rock FM, maka Hard Rock FM harus bisa mencari suatu hal yang unik dari Hard Rock FM dan membuat konten yang menarik agar bisa bersaing dengan kompetitornya dan mempertahankan porsi pendengar (audiens).

Hard Rock FM selalu berusaha untuk menampilkan konten – konten yang menarik dalam segmen radio maupun proses komunikasi lain seperti konten pada media sosial dibutuhkan juga tim kreatif yang mampu membuat konten yang bersaing dengan kompetitor-kompetitornya. Salah satu cara yang banyak digunakan akhir-akhir ini adalah dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai media pendukung dalam menarik perhatian pendengar radio.

Radio Hard Rock FM membutuhkan strategi digital marketing yang bertugas untuk mengelola akun Instagram dan bertugas untuk melaksanakan proses penyajiannya informasi melalui mencari informasi terkini seputar tren tentang hiburan dan *lifestyle* (gaya hidup), penulisan, lalu kemudian baru dimasukkan ke media sosial Instagram.

Alasan Pratkan memilih untuk melakukan kerja profesi di Hard Rock FM karena Hard Rock FM adalah stasiun radio yang merupakan media konvensional menggunakan media sosial sebagai *new media* yang membantu mempertahankan pendengar media konvensional. Selain itu pembawaan Hard Rock FM yang berjiwa muda walaupun khalayak Hard Rock FM terdiri dari umur 25 sampai 35 tahun juga membuat ciri khas yang berbeda yang membuat topik ini lebih menarik.

Praktikan sendiri bekerja dengan waktu kerja optimal dari pukul 09.00 hingga 18.00 dan dengan waktu kerja senin sampai jumat dan jika dijumlahkan dengan adanya program kerja profesi yang dilakukan oleh Universitas Pembangunan Jaya ini selama kurang lebih 3 bulan maka praktikan telah melakukan kegiatan program KP tersebut selama 520 jam lamanya.

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

### **1.2.1. Maksud Kerja Profesi pada Divisi *Public Relations* di Hard Rock FM**

1. Mempelajari pekerjaan secara langsung dalam bidang ilmu komunikasi.
2. Mempelajari pekerjaan dari kegiatan *on-air* atau *off-air* perusahaan Hard Rock fm
3. Mempelajari pengelolaan media sosial yang dimiliki Hard Rock FM, mulai dari perencanaan, produksi sampai evaluasi
4. Melatih dan meningkatkan kualitas diri dalam berhubungan dengan *client*

### **1.2.2. Tujuan Kerja Profesi pada Divisi *Marketing Communication* di Hard Rock FM**

1. Memperoleh pengalaman dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan pada dunia akademik.
2. Memperoleh pengetahuan bagaimana persaingan dalam dunia kerja dan bagaimana kerja lapangan secara langsung.
3. Mendapatkan pengalaman bekerja terkait bidang sosial mnagement
4. Mengetahui secara langsung bagaimana bertemu da berkomunikasi untuk menjalin hubungan yang baik.

## **1.3. Kegunaan Kerja Profesi**

### **1.3.1. Mnfat untuk Praktikan**

1. Memiliki lingkungan sosial baru, menambah koneksi secara luas dandapat mengimplementasikan teori yang di dapat selama berkuliah.
2. Memberikan gambaran nyata kepada pratikan terkait dunia pekerjaan khususnya di perusahaan radio Hard Rock FM.
3. Memiliki pengalaman terkait dengan profesi dibidangnya, khususnya di

bidang Marketing Communication

**1.3.2. Manfaat untuk Universitas Pembangunan Jaya**

1. Dapat memperluas jaringan kerjasama yang saling menguntungkan antar kampus dan perusahaan tempat Pratikna melaksanakan kerja profesi.
2. Sebagai salah satu cara untuk mengevaluasi mahasiswa dalam pengimplementasian mata kuliah terkait yang telah di dapat dari Universitas
3. Memperoleh informasi dari perusahaan tentang pengelompokan SDM yang mereka butuhkan.

**1.3.3. Manfaat untuk Hard Rock FM**

1. Dapat memberikan ide-ide dan pandangan dari praktikan kepada perusahaan Hard Rock FM dalam media sosial.
2. Dapat memberikan masukan yang membangun untuk program media sosial yang dijalankan Hard Rock FM
3. Memperoleh tenaga kerja untuk bidang Marketing Communication yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

**1.4. Tempat Kerja Profesi**

Tempat : Hard Rock FM

Lokasi : Gd. Sarinah Lt,8 JL. MH  
Thamrin No. 11 Jkarata 10350

Divisi : Marketing Communication

Hard Rock FM merupakan salah satu radio yang berada di beberapa kota seperti Jakarta, Surabaya, Bali, dan Bandung. Pada mulanya siaran radio Hard Rock FM hanya berada di satu tempat yaitu Jakarta. Hard Rock FM Bandung dikelola oleh PT. Radio Antar Nusa Djaja berdiri dibawah naungan kelompok usaha MRA Group. Memperkenalkan diri sebagai "Lifestyle & Entertainment Station". Sejalan pernyataan tersebut, Hard Rock FM Jakarta selalu menyajikan tren, kabar dan isu terkini seputar kota.

Hard Rock FM memiliki segmentasi anak muda. Mengambil range usia antara 15-25 tahun, Hard Rock FM merangkul pendengar yang *smart*, dinamis, urbanis, dan visioner. Hard Rock FM memiliki jargon "*Lifestyle and Entertainment*

"Station" memiliki makna mampu mengikuti perkembangan zaman. Berdiri sejak tahun 1996, Hard Rock FM mampu melakukan sindikasi ke beberapa kota, di antaranya, Bali, Surabaya, dan Bandung. Sindikasi tersebut dilakukan sebagai inkeasitas dan kotribusi bagi kemajuan stasiun radio tanah air.

Alasan Pratkan memilih bidang kerja profesi pada divisi Marketing Communication di Hard Rock FM adalah karena Hard Rock FM stasiun radio yang merupakan media konvensional yang menggunakan media sosial sebagai *new media* yang membantu mempertahankan pendengar media konvensional. Selain itu pembawaan Hard Rock FM yang berjiwa muda walaupun khalayak Hard Rock FM terdiri dari umur 25 sampai 35 tahun juga membuat ciri khas yang berbeda yang membuat topik ini lebih menarik.

### 1.5. Jadwal Waktu Kerja Profesi

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

no	Kegiatan	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
1	Membuat CV dan Cover Letter							
2	Mengirimkan CV dan Cover Letter ke berbagai Perusahaan							
3	Mengajukan formulir kerja profesi							
4	Melakukan proses interview di Hard Rock FM							
5	Melengkapi dokumen untuk serah terima kontrak kerja							
6	Melaksanakan Kerja Profesi							
7	Menyusun Laporan Keja Profesi							

Pada tahap selama kerja profesi ini Pratkan melewati waktu selama kurang lebih 7 bulan (Maret – September), mulai proses persiapan CV, *interview*,

pelaksanaan KP, hingga menyusun laporan KP. Tahap pertama yang dilakukan Pratikan adalah mencari informasi terkait perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan untuk melakukan kerja profesi. Setelah itu Pratikan memulai untuk membuat *Curriculum Vitae* (CV) yang baik dan benar, kemudian membuat portofolio dan *Cover Letter* ke perusahaan-perusahaan yang ingin dituju oleh Pratikan seperti Net Tv, IDNtimes, dan juga Hard Rock FM, baik melalui *email, from online*, maupun secara langsung

Selama proses tersebut Pratikan juga mencari link alternatif untuk mempermudah Pratikan dalam menemukan tempat kerja profesi yang tepat. Pada awal Maret Pratikan mendapatkan panggilan pertama untuk melakukan *interview* yaitu Net Tv. Pratikan memilih untuk menerima tawaran dari Net Tv akan tetapi Net Tv mengajukan jadwal magang lebih cepat dari awal pengajuan jadwal saat melakukan *interview*. karena jadwal yang diinginkan bertepatan dengan waktu Ujian Semester Pratikan, maka dengan berat hati kesempatan untuk magang di Net Tv tidak diterima

Pratikan mendapatkan rekomendasi dari saudara untuk melakukan kerja profesi di Hard Rock FM. Setelah pengajuan dan rekomendasi tersebut Pratikan mengirimkan CV, Portofolio dan *Cover Letter* kepada pihak hard Rock FM. Kemudian pihak Hard Rock FM menerima Pratikan untuk melakukan kerja profesi setelah meninjau CV dan berkat rekomendasi saudara yang bersangkutan. Pada tanggal 10 juni 2020 Pratikan diminta untuk melakukan *interview* dan pengisian data kerja profesi di Hard Rock FM. Selain itu Pratikan memberikan surat pengajuan untuk kerja profesi di Hard Rock FM kepada pihak Human Resource Responsibility (HRD). Setelah melalui sesi *interview* dan pendataan Pratikan dipersilahkan untuk melakukan kerja profesi di bagian Marketing Communication. Pratikan memulai kegiatan kerja profesi sejak tanggal 15 Juni – 15 September 2020. Dimana dilaksanakan setiap hari senin – jumat, mulai dari 09.00 pagi sampai 18.00 sore. Dalam proses kerja profesi ini Pratikan juga memiliki kewajiban untuk melakukan bimbingan serta mulai menyusun laporan KP di bulan kedua KP. Dimana target nya laporan KP tersebut akan selesai sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.