

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Humas atau *Public relations* merupakan sebuah upaya pada perusahaan untuk menjaga hubungan yang positif dan membuat serta mempertahankan citra positif terhadap sebuah perusahaan. *Public relations* mempunyai posisi peran yang sangat penting karena dapat menjadi jalan yang mampu menghubungkan antara sebuah perusahaan dengan masyarakat. Dan juga selaku *public relations* perlu bisa menjaga serta menciptakan ikatan yang baik dengan para stakeholders seperti *customer*, klien, rekan – rekan media dan kepada masyarakat.

Di samping dari pentingnya sebuah citra atau posisi perusahaan, kewajiban serta dampak dari *corporate communications* masih jauh dari pemahaman dan belum terlalu dipahami oleh setiap perusahaan. *Corporate communications* dapat didefinisikan sebagaimana fungsi hubungan masyarakat yang bersifat taktis di beberapa perusahaan khususnya terdiri dari komunikasi pers. (J.Cornelissen, *corporate communications a guide to theory & practice*, 2014). *Corporate communications* memiliki kewajiban yang esensial demi kelancaran progres serta kegiatan yang menghubungkan antara pihak – pihak lain sebagai *stakeholders*.

Era digital telah membawa perubahan yang dramatis pada lanskap komunikasi. Munculnya media sosial, internet, dan berbagai platform digital lainnya telah memberikan peluang bagi organisasi untuk berinteraksi dengan *stakeholder* secara lebih langsung dan *real-time*. Namun, di sisi lain, hal ini juga menghadirkan tantangan baru seperti manajemen reputasi *online*, penanganan krisis yang cepat menyebar, dan persaingan yang semakin ketat dalam menarik perhatian publik. Dalam konteks ini, profesi *corporate communications* memiliki peran yang sangat krusial. Praktisi *corporate communications* dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif, memahami dinamika media sosial, serta mengembangkan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan zaman. Penyebaran sebuah informasi dan komunikasi yang universal merupakan sebuah kunci utama untuk melindungi berjalannya bisnis serta organisasi secara efisien, serta menjaga sebuah kepentingan untuk semua *stakeholders* (Yulian Warman, 2022) Seseorang yang bekerja sebagai *corporate*

communications mempunyai sebuah peran / tanggung jawab yang penting karena tim *corporate communications* yang menjadi garda terdepan atau menjadi wajah dari sebuah perusahaan. Tindakan yang akan dilakukan selaku *corporate communications* adalah memberikan sebuah pesan atau informasi tentang perusahaan melalui berbagai cara dan berbagai platform media (Cindrakasih et.al, 2024). Contohnya seperti melakukan komunikasi menggunakan email, kemudian melakukan *interview* kemudian membuat *press release* hingga mengadakan konferensi pers. Kalau tim *corporate communications* berhasil menjalin komunikasi yang berhasil dan bermanfaat maka akan menguntungkan dari sisi perusahaan yang akan mengakibatkan perusahaan tersebut bisa mendapatkan sebuah profit yang lebih banyak lagi dan bisa membuat customer menjadi lebih loyal kepada perusahaan tersebut.

Corporate communications mempunyai fungsi yang banyak terhadap sebuah perusahaan, contohnya seperti *corporate branding & marketing* yang tugas nya adalah untuk bisa memastikan reputasi dan image dari perusahaan terhadap public itu tetap baik (Hastuti, Peran Hingga Gaji Komunikasi Korporat di Suatu Perusahaan, 2023). Kemudian ada *crisis communications*, tugasnya adalah untuk bisa mengatasi jika terjadi suatu permasalahan atau berita negatif dari publik terhadap perusahaan tersebut. Kemudian terdapat *Internal communications* tujuannya adalah untuk bisa memberikan komunikasi dan informasi kepada rekan – rekan karyawan dan juga kepada internal perusahaan. (Terkini, 2022) Seorang praktisi *corporate communications* dituntut untuk memiliki berbagai keterampilan yang kompleks. Selain kemampuan menulis dan berbicara yang baik, praktisi *corporate communications* juga harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang bisnis, media, dan teknologi. Keterampilan lain yang penting adalah kemampuan analisis, pemecahan masalah, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan yang cepat.

Dalam era digital saat ini, keterampilan digital seperti pengelolaan media sosial, pembuatan konten, dan analisis data menjadi semakin penting. Praktisi *corporate communications* yang memiliki keterampilan digital yang kuat akan lebih siap menghadapi tantangan komunikasi di masa depan. Kemudian terdapat media & *public relations* yang mempunyai keterikatan atau kesamaan dengan *public relations* dimana memiliki tugas untuk bisa membangun komunikasi dan hubungan

yang baik dengan memberikan yang benar dan terpercaya. Kemudian memantau dan mempertimbangkan keberhasilan kegiatan kampanye PR (OCBC, 2023)

Di zaman yang sudah serba modern ini banyak sekali cara – cara dan *platform – platform* yang bisa memudahkan pekerjaan dari seorang praktisi PR, yaitu ada *e-mail*, kemudian ada jejaring sosial atau sosial media, kemudian ada juga blog dan dengan majunya teknologi tentu membuat cara kerja pada sebuah industri PR secara langsung dan bisa juga untuk membuat potensi komunikasi secara dua arah dengan setiap target audiens dari perusahaan tersebut. (Butterick, 2018). Sebelum masuk dan memulai pada dunia pekerjaan, seorang mahasiswa harus bisa untuk meningkatkan *hard skills* dan *soft skills* yang bisa dijadikan sebuah kualitas. Melihat kewajiban yang akan dibutuhkan oleh seorang lulusan yang mempunyai keahlian pada bidang humas. Pada kampus Universitas Pembangunan Jpraya (UPJ) mengadakan program kerja professional untuk meningkatkan keahlian serta keterampilan yang mahasiswa punya, terutama pada bidang Minor Humas pada jurusan Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu praktikan memilih serta menerima untuk ditempatkan pada divisi *Corporate communications* pada perusahaan PT. Federal International Finance (FIFGROUP). Praktikan memutuskan untuk melakukan kegiatan kerja profesi pada PT. Federal International Finance dengan harapan serta target untuk bisa mendapatkan ilmu baru, pengalaman baru di dunia kerja, mengasah *soft skills* dan *hard skills*, kreativitas meningkat, bisa mengatur waktu, pengalaman terlibat dalam *event*.

Serta Praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi pada divisi *Corporate communicationss* ini karena selaras dengan minor yang diambil oleh praktikan yaitu minor *Public relations*. Yang dimana semasa praktikan melakukan perkuliahan, praktikan pernah belajar pada kelas Penulisan Hubungan Masyarakat dalam hal membuat *press release*, dan kegiatan pembelajaran tersebut ternyata terpakai ketika praktikan melakukan kerja profesi pada divisi *Corporate communicationss* yang dimana salah satu tugasnya adalah membuat sebuah *press release*. Pada kegiatan kerja profesi kali ini, praktikan mempunyai sebuah tanggung jawab pada divisi *corporate communications*, yang didalam nya terdapat dua bagian yaitu *external communications*, *internal communications*, serta *digital communications*. Pada pekerjaan ini mengikat dan mempunyai tanggung jawab untuk bisa menjaga nama baik serta reputasi sebuah perusahaan di mata publik. Praktikan menjalankan kegiatan Kerja Profesi selama 3 bulan yaitu mulai dari

tanggal 15 Juli 2024 sampai 15 Oktober 2024 dengan hari kerja mulai dari Senin hingga Jumat dengan durasi lamanya adalah 9 jam kerja yang dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud dari kegiatan kerja profesi praktikan sebagai kreatif pada bidang produksi dalam Perusahaan PT Brand Media Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Mendalami pada dunia pekerjaan secara profesional pada bidang Ilmu Komunikasi.
2. Mendalami kegiatan yang dilakukan di tempat kerja yang sejalan dengan bidang komunikasi yaitu *Public relations*.
3. Mempelajari serta mendalami tugas - tugas sebagai *Corporate Communications*.
4. Mempelajari dan mendalami bagaimana membuat *press release* untuk perusahaan.
5. Memberikan pengalaman tentang *meeting* bersama seluruh karyawan FIFGROUP.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengetahuan tentang dunia pekerjaan secara profesional yang selaras dengan bidang keilmuan Praktikan yaitu Ilmu Komunikasi.
2. Mendapatkan pengetahuan serta keahlian terhadap bidang kerja *publik relations* di dalam divisi *corporate communicationss* di PT. Federal International Finance (FIFGROUP).
3. Mendapatkan peluang untuk membuat *calender support*.
4. Mendapatkan peluang untuk membuat *press release*.
5. Mendapatkan peluang untuk membuat sebuah *project campaign*.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat praktikan untuk melakukan kerja profesi adalah PT. Federal International Finance (FIFGROUP) dengan lokasinya berada di Jl. Tol Tahi Bonar Simatupang No. Kav 15, RT.4/RW.1, Lb.Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440, Indonesia. PT. Federal

International Finance merupakan sebuah bentuk dari usaha makro yang berjalan pada sektor layanan pembiayaan dengan berbagai merek usaha yang ada.

Praktikan memilih PT. Federal International Finance sebagai tempat untuk melakukan kegiatan Kerja Profesi. Menurut Praktikan PT. Federal International Finance merupakan tempat yang sesuai untuk bisa mengasah dan mengembangkan kemampuan pada bidang layanan pembiayaan. Di samping itu, mengingat jikalau PT. Federal International Finance merupakan sebuah anak perusahaan dari PT. Astra International Tbk. Dikarenakan PT. Federal International Finance merupakan sebuah anak perusahaan dari PT. Astra International Tbk merupakan sebuah salah satu perusahaan terbaik jadi praktikan memilih perusahaan tersebut karena nantinya akan sangat baik buat portofolio dan pengalaman. Oleh karena itu Dengan adanya Kerja Profesi (KP), praktikan memutuskan untuk memilih divisi *corporate communications* untuk fokus utamanya. Praktikan memutuskan untuk memilih divisi *corporate communications* dikarenakan ingin mengetahui dan mempelajari lebih dalam lagi terkait bagaimana pengembangan dari divisi *corporate communications* serta ingin mencari tahu realisasi dari divisi *corporate communications* dalam konteks pembiayaan, media, produksi. Serta ingin menerapkan apa yang sudah dipelajari ketika sedang di kampus terkhususnya terkait minor yang di pilih yaitu *Public relations*.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

| No | Kegiatan | Mei | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | | September | | | | Oktober | | | |
|----|--|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | | 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 | Proses Pembuatan CV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Mencari tempat KP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Menyiapkan dokumen untuk keperluan kerja profesi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Mengirim CV ke FIGROUP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Melakukan Interview dengan user | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Melakukan Kerja Profesi di FIGROUP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Melakukan bimbingan KP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Menyusun laporan KP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Pengumpulan laporan KP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Dok. Internal Praktikan

Praktikan melakukan pembuatan CV untuk menjalani kerja profesi dimulai dari bulan Mei minggu pertama hingga minggu ketiga bulan Mei dikarenakan CV merupakan hal yang sangat penting bagi semua orang terutama untuk para mahasiswa terkhususnya mahasiswa dari Universitas Pembangunan Jaya yang sedang mengambil dan menjalani mata kuliah Kerja Profesi. Tujuannya dari pembuatan CV adalah untuk mempermudah pihak perusahaan dalam melihat

keterangan data diri setiap orang dan CV mempunyai peran yang sangat penting dalam masalah penerimaan magang hingga kerja, karena CV menjadi salah satu tolak ukur HRD setiap perusahaan untuk bisa menerima atau tidak. Karena di dalam CV akan terlihat semua data diri kita mulai dari Umur, kemudian status Pendidikan kita, kemudian *skills* apa saja yang dipunya, kemudian mempunyai pengalaman organisasi apa saja atau bisa dilihat dari pernah punya pengalaman bekerja di perusahaan apa dan di bagian apa pada perusahaan tersebut, jika CV nya kurang menarik atau kurang banyak pengalamannya maka itu bisa membuat HRD perusahaan menjadi tidak tertarik untuk merekrut.

Kemudian setelah itu praktikan mencoba untuk mencari tempat agar bisa melakukan kerja profesi serta sambil menyiapkan dokumen – dokumen untuk dimulai dari minggu keempat bulan Mei hingga minggu ketiga bulan Juni. Dalam menyiapkan untuk kerja profesi, praktikan menentukan bidang pekerjaan yaitu *corporate communications* dikarenakan praktikan harus bisa mencari dan memilih perusahaan apa yang tepat untuk dijadikan tempat untuk magang dan divisi apa kira – kira yang sesuai dan yang cocok untuk mahasiswa dengan jurusan yang di ambil di kampus adalah jurusan Ilmu Komunikasi.

Kemudian praktikan mencoba untuk mengirim CV. Praktikan mengirim CV melalui *Whatsapp* pada minggu keempat di bulan Juni dan melakukan *interview* dengan *user* dari PT. Federal International Finance, mengatakan bahwa praktikan akan bekerja di bagian *corporate communications*. Lalu, pada minggu ketiga bulan Juli, praktikan sudah bisa untuk melakukan kerja profesi pada divisi *corporate communications* PT. Federal International Finance. Bersamaan dengan hal itu, praktikan juga tetap harus mengurus beberapa dokumen seperti surat pengantar kerja profesi dari kampus yang diperuntukkan ke perusahaan tempat praktikan melakukan kerja profesi, kemudian surat penerimaan dari perusahaan tempat praktikan melakukan kerja profesi kepada pihak universitas sebagai syarat administrasi. Kerja profesi dilaksanakan selama tiga bulan yang dimulai dari 15 Juli 2024 hingga 15 Oktober 2024. Pada saat melaksanakan kerja profesi, jam kerja Praktikan yaitu pada hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB. Sepanjang melakukan kerja profesi ketika di minggu ketiga bulan Agustus, praktikan melaksanakan bimbingan kerja profesi bersama dengan dosen pembimbing. Dapat dihitung dari tanggal 15 Juli 2024 hingga 15 Oktober 2024 dengan total jam kerja yang sudah praktikan laksanakan sebanyak 594 jam.