

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Skills, attitude, & experience dinilai sebagai bentuk 3 faktor terpenting yang dipercaya remeh pada kehidupan manusia, khususnya pada global kerja. Khususnya sebelum memasuki global kerja. Terlebih lagi, seiring dengan semakin mengglobalnya dunia kerja, maka perlu adanya kesadaran terhadap kualitas diri agar dapat bertahan dalam persaingan yang mengiringi perkembangan zaman. Dengan memiliki ketiga hal ini memberikan seseorang mentalitas bertahan hidup. Dalam dunia kerja, *skills, attitude, dan experience* adalah tiga komponen penting yang saling berinteraksi dan mempengaruhi kesuksesan seseorang dalam karier. Dalam konteks kemampuan atau *skills* terdiri dari dua penjabaran yaitu soft skill dan hard skill. Dua jenis kemampuan ini sangat penting untuk dimiliki. Bahkan, sebaiknya kemampuan tersebut mulai diasah sejak masa kuliah, di mana mahasiswa. *Hard skill* ini bisa bersifat teknis, seperti kemahiran dalam menggunakan perangkat lunak tertentu. Dan *soft skill*, seperti komunikasi atau kepemimpinan yang baik. Keterampilan biasanya didapatkan selama masa pendidikan di sekolah, pelatihan pada program-program hingga pengalaman kerja. Melalui unggahan dalam Instagram milik Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Ditjen Dikti Kemendikbud) mengungkapkan lima keahlian dalam rangka menghadapi persaingan global yang kian meningkat sehingga kemampuan tersebut menjadi salah satu kunci pada diri mahasiswa. Kelima keahlian tersebut meliputi pemecahan masalah (*complex problem solving*), berpikir kritis (*critical thinking*), kreativitas (*creativity*), kemampuan berkoordinasi dengan orang lain (*coordinating with others*), dan fleksibilitas kognitif (*cognitive flexibility*) (Elisabeth, 2022).

Berikutnya adalah *attitude/sikap*, *attitude/sikap* merujuk pada cara seseorang mendekati pekerjaan dan interaksi sosial di tempat kerja. Sikap yang baik sangat krusial untuk membangun suasana kerja yang positif dan produktif. serta dapat mempengaruhi cara seseorang berinteraksi dengan rekan kerja, mengelola konflik, dan beradaptasi dengan perubahan. Selain itu, saat berada di

bawah suatu perusahaan juga memerlukan interaksi dengan orang lain, sehingga orang-orang yang mempunyai sikap yang baik akan mudah beradaptasi dan dapat diterima di berbagai lingkungan dengan berbagai tipe yang berbeda. Selain keterampilan, sikap juga dianggap sebagai aset yang harus dimiliki. Dalam dunia kerja, orang biasanya dinilai berdasarkan cara mereka berinteraksi dengan orang lain. Sikap dapat diartikan sebagai faktor utama yang mempengaruhi persepsi dan perilaku individu terhadap berbagai aspek lingkungannya yang sosial. Selain itu, terdapat bentuk kata yang menyatakan, bahwa perlakuan yang diterima seseorang merupakan cerminan dari bagaimana pribadi tersebut dalam memperlakukan orang lain, yang memberikan penegasan bahwa memiliki sikap yang baik dapat sangat membantu, terutama dalam konteks perusahaan. Sikap ditujukan sebagai elemen dalam pencerminan perlakuan dan tata cara memperlakukan orang lain (Candrawardhani, 2022).

Sesuai dengan ranah dunia kerja, sikap dapat dipahami sebagai kondisi mental atau tingkat kesiapan organ khususnya saraf dalam membentuk adanya pengalaman yang memiliki pengaruh secara dinamis pada reaksi orang lain terhadap segala hal yang berkaitan. Ada lima alasan mengapa orang mempunyai sikap yang baik. Pertama, hal ini memungkinkan seseorang untuk merasa diterima dalam lingkungan yang baru. Kedua, dengan memiliki sikap rendah hati, pekerjaan menjadi lebih mudah karena dapat menerima bantuan dari rekan-rekan lain saat menghadapi tantangan yang sulit. Ketiga, sikap dapat merupakan ekspresi *profesionalisme* seseorang yang berupa tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan. Keempat, jika mempunyai sikap yang baik maka akan tergolong orang yang dapat diandalkan, apalagi jika profesional, rendah hati, dan bertanggung jawab. Kelima, Sikap yang positif sangat penting dalam meniti karir individu dalam bisnis perusahaan khususnya swasta. Dari hal ini dapat diketahui bahwa pentingnya kepemilikan kesadaran atas diri sendiri melalui penyelesaian tugas maupun penunjukan sikap yang baik saat bekerja pada perusahaan.

Bentuk pengalaman yang diterima oleh individu juga menjadi komponen penting dalam pembentukan ranah kehidupan seseorang. Ketika seseorang memiliki pengalaman di suatu industri, dipastikan bahwa ia telah memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai dasar-dasar yang diperlukan untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Dengan kata lain, mempunyai bekal yang

diperoleh untuk nantinya masuk ke industri pekerjaan yang baru. Pengalaman dapat memberikan suatu pemahaman bagaimana memahami pekerjaan baru menjadi lebih gampang. Ketiga komponen yang ada akan memiliki keterkaitan sehingga memberikan pengaruhnya pada setiap komponen elemen yang ada. Keterampilan yang baik memudahkan seseorang untuk menyelesaikan tugas dengan lebih efisien, sikap yang positif membantu mereka beradaptasi dan bekerja dengan baik dalam tim, dan pengalaman memberikan dasar untuk mengaplikasikan keterampilan dan sikap tersebut dalam konteks yang relevan. Memiliki keseimbangan dan pengembangan yang baik di ketiga area ini dapat meningkatkan kinerja dan kesuksesan di dunia kerja.

Untuk memperoleh sebuah pengalaman, terdapat beberapa tahap maupun proses yang perlu dilewati. Hal ini dapat melalui adanya kegiatan magang atau kerja profesi yang relevan sehingga mampu membangun kemampuan secara nyata. Melalui kegiatan yang ada akan menjadi bentuk pengalaman yang dikemas sebagai kesempatan dengan sasaran yaitu mahasiswa dalam rangka keterlibatan langsung pada proses operasional perusahaan. Kerja Profesi (KP) juga bertujuan sebagai gambaran atas implementasi materi secara komprehensif dengan sarannya pada mahasiswa sehingga mampu diterapkan dalam dunia kerja sehingga memberikan penawaran atas kesempatan maupun analisis dari pembelajaran kuliah selama ini berdasarkan dengan kompetensi Program Studi (Prodi) di lingkungan instansi atau perusahaan (Universitas Pembangunan Jaya, 2024). Pengertian dari bentuk kerja profesi menjadi bentuk kegiatan dalam pemberian gambaran secara nyata diikuti dengan tantangan riil sesuai dengan keadaan dunia kerja sesungguhnya.

Melalui bentuk pembelajaran dalam konteks ini menjadi syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dengan durasi 3 bulan. Melalui kerja profesi ini, mahasiswa dapat menerapkan yang bersifat nyata dan berkecimpung pada keadaan sebenarnya sesuai dengan materi yang telah dipelajari selama perkuliahan dan mahasiswa diwajibkan bekerja sesuai dengan bidang industri yang secara relevan memiliki hubungan dengan jurusan. Kerja Profesi yang diwajibkan oleh kampus ini telah menjadi bagian dalam meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* sehingga menjadi bentuk pemberian kesempatan dengan sasaran pada mahasiswa dalam rangka penggabungan

teori selama pembelajaran di kampus dengan pengalaman praktis sesuai pada realita dalam dunia nyata.

Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu bentuk dari institusi perguruan tinggi yang memiliki kewajiban dalam memberikan pengalaman bagi mahasiswanya melalui pelaksanaan kerja profesi sehingga menjadi syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana. Hal ini menjadi salah satu cara universitas dalam mendorong pengalaman kerja, memperluas pengetahuan, serta mengasah kemampuan dari mahasiswanya untuk secara nyata berkecimpung dalam dunia profesional di luar cakupan akademik. Secara keseluruhan dari program studi yang ada pada Universitas Pembangunan Jaya memiliki kewajiban dalam melaksanakan program kerja profesi dengan sasaran mahasiswa yang ada sehingga sama halnya dengan Program Studi Ilmu Komunikasi. Program Studi Ilmu Komunikasi di UPJ mewajibkan serta menetapkan bahwa seluruh mahasiswa yang menggeluti bidang keilmuan ini harus menjalani kegiatan kerja profesi.

Program Studi Ilmu Komunikasi mempelajari berbagai macam mata kuliah salah satunya adalah Hubungan Masyarakat, yang kerap kali disebut sebagai bentuk public relations (PR), yaitu bentuk fungsional dari pemangku kebijakan atau manajemen dalam rangka pembangunan hubungan diikuti dengan menjaga hubungan tersebut untuk tetap berada dalam area positif sehingga saling menguntungkan baik dari organisasi maupun publik, sehingga pada gilirannya akan memberikan pengaruh pada keberhasilan maupun kegagalan organisasi yang ada (Cutlip, Center, & Broom, 2016). Melalui perkembangan linimasa yang kerap viral sehingga memunculkan adanya tren masyarakat menunjukkan bahwa penggunaan dari sosial media mengalami peningkatan. Faktanya, perdebatan mengenai perkembangan teknologi saat ini tidak akan pernah ada habisnya. Namun, media sosial telah menjadi salah satu teknologi yang tetap eksis, terutama di Indonesia. Pertumbuhan pesat media sosial telah membawa berbagai jenis bentuk media sosial yang menjamur di masyarakat, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok. Hal ini menunjukkan adanya kewajiban secara tersirat atas insan humas yang memiliki pengetahuan digital untuk mengikuti tren perkembangan era di era digital. Dengan begitu, maka tidak akan pernah tertinggal oleh tren karena keseluruhan data

terkait yang akan dimuat dalam berita maupun agenda akan diterima dalam bentuk yang berbeda bergantung pada media sosial yang tersedia era sekarang.

Penerapan ilmu yang dikerjakan sangat berkaitan dengan mata kuliah Hubungan Masyarakat Online, Pengantar Hubungan Masyarakat, Jurnalisme Online, dan Produksi Media Hubungan Masyarakat. Melalui mata kuliah yang telah disebutkan, pemahaman yang lebih dicantumkan melalui pengalaman praktik oleh mahasiswa akan menjadi lebih mendalam khususnya berkaitan dengan proses komunikasi melalui media baru, atau dapat dikatakan sesuai bentuk populernya yaitu media digital. Fokus utama dalam mata kuliah yang disampaikan tadi adalah cara menyampaikan pesan dengan merancang proses serta merencanakan strategi untuk menyampaikan informasi kepada audiens yang dituju, khususnya dalam konteks perusahaan. Sikap atau attitude dianggap sebagai aspek penting dalam cerminannya atas timbal balik dari perlakuan yang diterima dan diberikan oleh maupun kepada orang lain (Candrawardhani, 2022).

Melalui tugas ini, praktikan seringkali diberikan Tugas ini adalah untuk menciptakan prototype atau produk strategi dari proses perencanaan maupun komunikasi dengan penggunaan basis saluran digital yang menerapkan bentuk dari konsep serta teori yang telah diperoleh dalam kelas selama kuliah. Selanjutnya, dalam penyelesaian maupun strategi keberhasilan atau dapat dikatakan sebagai kelulusan dari mata kuliah ini, pelaksana praktik dapat memperoleh adanya ketertarikan dalam berkontribusi secara nyata sesuai dengan pemilihan karir dalam basis digital yang ada. Pelaksana praktik memiliki kepercayaan terkait pekerjaan dalam lingkup perusahaan dengan kepemilikan pengalaman relevan dengan jenis lingkup yang dipilih merupakan contoh pentingnya banyak proses kolaboratif ketika mengimplementasikan rencana.

Departemen marketing Herbana merupakan tempat yang bergerak di bidang digital. yang selalu melakukan branding perusahaan melalui sosial media dan kerap mengajak KOL untuk bekerja sama. Selain itu, Tim Marketing Herbana juga melakukan branding produk dengan mengajak kolaborasi beberapa KOL agar tercapai nya *engagement*. Hal ini menumbuhkan kesadaran bagi praktikan mengenai pentingnya pembelajaran tentang bagaimana sebuah perusahaan merumuskan strategi untuk menyebarluaskan informasi, terutama melalui KOL. Pada Herbana memiliki salah satu divisi yaitu divisi marketing, pada divisi marketing ini bertugas untuk memperkenalkan produk Herbana ke banyak diluar

sana, salah satu cara yang dilakukan oleh tim marketing dari herbana adalah dengan menggunakan jasa KOL.

Mempergunakan jasa dari KOL adalah sebuah hal yang umum pada saat ini, bahkan banyak para pekerja digital marketing yang menggunakan jasa tersebut. Pasalnya, sebuah keuntungan yang didapat oleh perusahaan selalu sebanding dengan apa yang telah dikeluarkannya. Terutama pada peningkatan brand awareness. Teknologi yang terus berkembang telah mengubah seluruh pola dan sistem pemasaran. Saat ini, baliho atau poster yang biasanya dipasang di jalanan mulai kurang diminati. Banyak perusahaan cenderung memilih penggunaan KOL dalam pengelolaan media sosial sebagai wujud dari penggunaan strategi pemasaran yang mempermudah dan bersifat lebih teratur. Meskipun terkadang KOL tidak selalu memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan produk, keuntungan yang dihasilkan oleh KOL tetap tidak dapat dipungkiri bahwa itu sangat berpengaruh positif.

Key Opinion Leader, atau KOL, dapat diartikan sebagai individu dengan kepemilikan atas keahlian, pengetahuan, atau kemampuan di bidang tertentu, serta memiliki pengaruh yang signifikan. Setiap opini yang diungkapkan oleh KOL akan sangat diperhatikan oleh banyak orang. Singkatnya, KOL dapat diartikan sebagai seorang ahli, profesional, atau spesialis yang dapat diandalkan oleh banyak kalangan. Umumnya, kepercayaan kepada KOL muncul karena mereka memiliki pengetahuan serta pengalaman di bidang tertentu. Contohnya mencakup penulis buku, desainer fashion, dokter anak, psikolog, dan masih banyak lagi.

Key Opinion Leader, atau KOL, diakui oleh banyak orang karena keahlian, pengalaman, dan profesionalitas yang dimilikinya. Selain itu, seorang KOL tidak harus selalu tampil di media sosial; mereka bisa melakukan pemanfaatan dari media yang ada dalam tujuannya guna penyampaian pesan dengan tujuan sasaran berupa pengikutnya melalui unggahan konten yang dilakukan.

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

### **1.2.1. Maksud Kerja Profesi**

1. Mengajak kerjasama KOL menggunakan sistem barter untuk kesuksesan sebuah brand

2. Mengajak kerjasama Affiliator untuk di ajak menjadi *partner* dalam memperkenalkan produk.
3. Mengasah kemampuan untuk menjalin komunikasi yang baik dengan KOL
4. Mengasah kemampuan negosiasi dengan pihak KOL
5. Mempelajari pengelolaan KOL dan Affiliate

#### **1.2.2. Tujuan Kerja Profesi**

1. Dalam rangka adanya pelajaran terkait alur dan cara dalam menjalin komunikasi yang baik dengan KOL danAffiliator
2. Memeroleh pengetahuan yang berkaitan dengan sistematika dari pekerjaan yang dijalankan sesuai dengan fungsi dari pengelolaan atas *Key Opinion Leader* (KOL)
3. Mengetahui bagaimana cara bernegosiasi dengan pihak KOL dan Affiliator
4. Mampu berkomunikasi dengan KOL secara efektif

#### **1.3 Tempat Kerja Profesi**

Tempat kerja profesi dilakukan oleh pelaksana praktik berupa perusahaan PT Deltomed Laboratories, beralamat pada Alam Sutera Jl. Alam Utama No.6, RT.001/RW.006, Panunggangan Tim., Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143. PT Deltomed Laboratories adalah sebuah perusahaan yang menjual suplemen dan vitamin dengan bahan dasar berupa komponen herbal natural & alami. Ada berbagai macam produk yang dihasilkan oleh PT Deltomed Laboratories salah satunya adalah Antangin, Herbana, dan Herbamojo.

Alasan praktikan memilih PT Deltomed Laboratories adalah karena praktikan ingin mengetahui apa saja yang dilakukan dibalik sebuah brand, maka dari itu praktikan memilih PT Deltomed Laboratories untuk mengetahui apa yang perlu dilakukan oleh karyawan nya untuk menyebar luaskan informasi tentang brand yang akan diperkenalkan, dan bagaimana caranya agar banyak orang yang mengenal dekat brand tersebut. Dan praktikan merasa bahwa PT Deltomed adalah tempat yang cocok untuk mempelajari hal tersebut. Karena disini praktikan mengetahui bagaimana caranya mem-branding sebuah produk melalui sosial

media, memperoleh pengetahuan atas langkah maupun cara dalam pengenalan produk kepada semua orang.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kerja Profesi menjadi satu dari banyak mata kuliah yang ditujukan sebagai bentuk syarat kelulusan sehingga memiliki sifat wajib untuk dilaksanakan bagi seluruh mahasiswa program reguler dari Universitas Pembangunan Jaya (UPJ). Penjabaran dari mata kuliah Kerja Profesi yang dilaksanakan memiliki bobot kredit sebanyak 3 (tiga) sks dengan pelaksanaan yang dijalankan selama minimal 400 (empat ratus) jam dan maksimal 8 (delapan) jam kerja per harinya (tanpa memperhitungkan jam istirahat di instansi/perusahaan tersebut). Pelaksana praktik melakukan Kerja Profesi dapat disimpulkan dalam jangka waktu kurang lebih 60 hari (8 jam dalam sehari) dengan total jam sebesar 480 jam. Pelaksanaan dari Kerja Praktik sendiri dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2024 sampai dengan tanggal 15 Oktober 2024 dengan total Kerja Profesi selama kurun waktu 3 bulan. Sebelum akhirnya diterima di PT Deltomed Laboratories, praktikan sudah melakukan beberapa lamaran seperti yang tertera pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1 Timeline Pekerjaan Praktikan**

| No | Kegiatan  | Bulan |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
|----|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|--|
|    |   | 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  | Memproduksi CV dan Portfolio                                  |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 2  | Mengirimkan Lamaran   |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 3  | Mendapatkan tawaran di PT Deltomed Laboratories               |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 4  | Mengirimkan Lamaran ke PT Deltomed Laboratories               |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 5  | Melaksanakan Proses Interview dengan PT Deltomed Laboratories |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 6  | Diterima di PT Deltomed Laboratories                          |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 7  | Pelaksanaan Kerja Profesi                                     |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |
| 8  | Pelaksanaan Bimbingan Kerja                                   |       |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |  |



| Profesi |                                   |
|---------|-----------------------------------|
| 9       | Produksi Laporan Kerja Profesi    |
| 10      | Pengumpulan Laporan Kerja Profesi |

Pelaksana praktik dapat memperoleh informasi terkait adanya lowongan dalam rangka kerja praktik dari berbagai media yang dapat berupa Instagram, LinkedIn dan Glints. Posisi yang banyak dipilih oleh praktikan adalah menjadi social media specialist, dan apapun yang berkaitan dengan bidang Ilmu Komunikasi sudah dilamar oleh pelaksana praktik. Hal lainnya, juga melalui penggunaan dari berbagai website perusahaan yang menawarkan posisi kerja profesional atau magang sehingga dapat ditemukan program kerja praktik yang sesuai dengan bidang minat dari pelaksana praktik.

Berdasarkan dengan tabel di atas, praktikan mulai menyusun keperluan untuk apply Kerja Profesi/magang yaitu daftar riwayat hidup (CV), Portfolio, dan *Cover Letter* dimulai pada bulan Juni (sebelum masa KP dimulai). Kemudian dapat dilakukan penyebaran lamaran setelah penyelesaian administrasi dijalankan dengan sasaran pada sejumlah posisi pada beberapa perusahaan melalui email. Kegiatan tersebut dilakukan di bulan Juni 2024 dengan kurun waktu sekitar 2 (dua) minggu. Praktikan mendapat tawaran *interview* dari Bekantan *Creative*. Praktikan mengetahui informasi tersebut berasal dari Instagram yang diunggah oleh akun khusus untuk pencari lowongan magang. Praktikan sudah melakukan Interview dengan pihak Bekantan *Creative*, posisi yang dilamar adalah *Creative producer*. Praktikan diberi tugas untuk sebagai syarat lolos ke tahap berikutnya, namun praktikan tidak melanjutkan lamaran tersebut di karena kan jobdesk yang telah di jelaskan saat interview tidak dapat diterima oleh praktikan. Tempat selanjutnya yaitu PT Deltomed Laboratories, informasi yang diterima oleh praktikan adalah melalui teman. Sebelum itu juga praktikan sudah memastikan lowongan tersebut melalui laman Glints. Selanjutnya, pelaksana praktik dapat mulai dalam melamar pada posisi Marketing *Internship* untuk departemen Herbana. Pada proses lanjutan, pelaksana praktik dihubungi oleh HRD guna melanjutkan pada tahap wawancara. Melalui 1 tahapan *interview*, pelaksana praktik memperoleh kabar lolos dan diterima sehingga dapat menjalankan KP pada PT Deltomed Laboratories dalam posisi Marketing

*Internship* di departemen Herbana. Pelaksana praktik dapat memulai periode KP sejak tertanggal 15 Juli 2024 sampai dengan 18 Oktober 2024.

