



8.31%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 30 DEC 2024, 3:19 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 0.66% **CHANGED TEXT** 7.65% **QUOTES** 0.18%

Report #24303801

19 BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas menjadi semakin penting bagi setiap perusahaan (OECD, 2019). Kualitas SDM yang tinggi sangat menentukan keberhasilan dan daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif (World Economic Forum, 2020). Menurut Baldwin (2024) mendefinisikan globalisasi sebagai proses yang terus berevolusi, terutama melalui peran perdagangan jasa berbasis digital yang semakin signifikan. **5 30** Kini kita merasa dunia semakin menyusut, dengan kecanggihan teknologi kita tidak tersekat lagi oleh ruang dan waktu. **5** Menggunakan teknologi, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja dan kapan saja dan dimana saja. **5** Tetapi dibalik kecanggihan dan perubahan yang terjadi dapat menimbulkan ketimpangan jika kita tidak siap dengan adanya perubahan sehingga bisa terjadi ketimpangan budaya yang tentunya akan merugikan kita. Mubarak (2023), menuliskan bahwa tujuh perusahaan BUMN terpaksa ditutup akibat kinerja buruk karyawan. Penutupan ini menjadi cerminan dari masalah mendasar, yaitu kurangnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak siap menghadapi perkembangan teknologi yang pesat. Kurangnya adaptasi terhadap teknologi modern membuat karyawan tidak mampu berkontribusi secara optimal dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Selain itu, kondisi ini tidak hanya terjadi di sektor BUMN, tetapi juga di sektor pemerintahan. Sebanyak 35 persen

Aparatur Sipil Negara (ASN) di Indonesia memiliki penilaian kinerja yang rendah. Badan Kepegawaian Negara (BKN) bahkan menggambarkan sebagian dari mereka sebagai "seperti kayu mati karena kemalasan yang mengakar (Karunia, 2022). Fenomena ini menjadi bukti nyata betapa pentingnya peningkatan kualitas SDM dalam era globalisasi, di mana kompetensi dan kemampuan adaptasi menjadi kunci utama untuk bertahan dan berkembang. Kegagalan dalam meningkatkan kualitas SDM dapat berujung pada penurunan produktivitas dan efisiensi, yang pada akhirnya merugikan perekonomian secara keseluruhan. Indonesia kini bersiap memasuki era Revolusi Industri 5.0, yang mengutamakan keseimbangan antara teknologi canggih dan kemampuan manusia (Javaid & Haleem, 2021). Revolusi ini menempatkan manusia sebagai pusat inovasi, dengan kolaborasi antara teknologi seperti kecerdasan buatan dan robotik, serta nilai-nilai sosial seperti keberlanjutan dan etika (Schwab, 2016). Dalam Revolusi Industri 5.0, peran manusia tidak lagi tergantikan oleh teknologi, tetapi teknologi digunakan untuk meningkatkan kemampuan dan kreativitas manusia (European Commission, 2021). Pada era modern ini, sektor industri semakin mengadopsi platform virtual, yang memfasilitasi konektivitas antara individu, mesin, dan data (Hartanto, 2019). Konektivitas yang semakin luas ini memungkinkan komunikasi tanpa batas antara semua individu, melampaui batas geografis dan temporal, melalui pemanfaatan teknologi internet (Indira, 2020). Kemudahan ini kemudian mendorong terciptanya nilai-nilai baru yang berharga (Hartanto, 2019). Munculnya revolusi industri keempat memiliki potensi untuk mengubah beberapa aspek kehidupan manusia secara mendalam, termasuk gaya hidup, pekerjaan, dan dinamika antarpribadi. Selain itu, kemajuan internet dan teknologi yang sangat cepat telah muncul sebagai elemen fundamental dalam konvergensi dan penggabungan antara manusia dan mesin (Perdana, 2021). Melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat, banyak perusahaan masih menghadapi tantangan dalam menemukan dan mempertahankan SDM yang berkualitas (McKinsey & Company, 2018). Rendahnya kualitas SDM sering

kali disebabkan oleh kurangnya keterampilan, pengalaman, serta ketidakcocokan antara kualifikasi kandidat dengan kebutuhan perusahaan (Harvard Business Review, 2019). Dalam era digital yang serba cepat ini, peran Human Resources (HR) menjadi semakin krusial dalam memastikan organisasi memiliki tenaga kerja yang berkualitas dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang cepat (HR Digest, 2023). Human Capital (HC) adalah konsep yang menempatkan tenaga kerja sebagai aset strategis organisasi, dengan fokus pada pengembangan, retensi, dan pemanfaatan kemampuan karyawan secara maksimal untuk mencapai tujuan bisnis (Becker, 1993). HC bertanggung jawab untuk memastikan bahwa organisasi memiliki sumber daya manusia yang berkualitas melalui pelatihan, pengembangan keterampilan, serta penggunaan teknologi untuk meningkatkan produktivitas (Armstrong & Taylor, 2020). Selain itu, HC juga memanfaatkan data analitik untuk mendukung pengambilan keputusan strategis terkait pengelolaan tenaga kerja, termasuk manajemen kinerja dan perencanaan suksesi (KPMG, 2023). Dalam konteks perusahaan modern, terutama di industri digital seperti Space and Shapes Digital Agency, HC berperan penting dalam mengelola talenta digital yang merupakan aset utama perusahaan. HC tidak hanya memastikan karyawan memiliki keterampilan yang relevan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan kolaborasi (Deloitte, 2022). Dengan demikian, HC menjadi bagian integral dalam membangun daya saing organisasi di era digital yang serba cepat. Space and Shapes Digital Agency, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang digital marketing sangat mengandalkan kreativitas, teknologi, dan kompetensi teknis dari karyawannya. Perusahaan ini menghadapi kendala dalam proses rekrutmen, di mana banyak kandidat yang tidak memenuhi standar yang diharapkan. Tingginya standar yang diberikan oleh user membuat tim Human Resources cukup kewalahan dalam mencari calon kandidat. **33** Hal ini berdampak pada produktivitas dan kualitas layanan yang diberikan kepada klien. Oleh karena itu, perusahaan merasa perlu untuk mengoptimalkan proses seleksi dan evaluasi kandidat

agar dapat mendapatkan SDM yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan perusahaan, terutama di bidang psikologi. Space and Shapes Digital Agency adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan layanan digital, yang meliputi advertising dan strategi pemasaran digital. Dalam konteks ini, HR harus memahami kebutuhan spesifik industri digital dan mampu menarik serta mempertahankan talenta yang memiliki keterampilan teknis yang tinggi (Collings & Mellahi, 2009). Perusahaan digital sering kali menghadapi tantangan dalam menemukan dan mempertahankan SDM yang berkualitas karena tingginya permintaan terhadap tenaga kerja dengan keterampilan digital yang spesifik (Schwab, 2016). HR di Space and Shapes Digital Agency harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren industri untuk tetap kompetitif di pasar tenaga kerja (Bersin, 2017). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang gambaran kerja HR staff di Space and Shapes Digital Agency menjadi sangat penting. Keputusan untuk melakukan kerja praktek (KP) di Space and Shapes Digital Agency didasarkan pada kebutuhan perusahaan akan peningkatan kualitas SDM melalui proses rekrutmen yang lebih efektif. Bertambahnya mahasiswa magang, menjadi tenaga tambahan pada bagian Human Capital. Sebelumnya, divisi HC di Space and Shapes cukup kerepotan menghadapi ratusan kandidat, sehingga banyak kandidat yang di rasa kurang berkompeten. Posisi sebagai Human Resources dipilih karena berperan strategis dalam menarik dan memilih kandidat yang tepat untuk berbagai posisi di perusahaan. Direktur Operasional Space and Shapes sendiri mengaku membutuhkan staf HR di bidang psikologi. Menurutnya dengan pendekatan psikologi, Space and Shapes mampu mendapatkan SDM yang berkualitas sesuai standar dari user. Selain itu, Space and Shapes selalu memberikan kesempatan untuk mahasiswa berkembang. Posisi ini memberikan kesempatan untuk menerapkan ilmu psikologi dalam menganalisis profil kandidat secara lebih mendalam. 2 Sebagai salah satu syarat kelulusan, mahasiswa psikologi di Universitas Pembangunan Jaya diwajibkan mengikuti kerja profesi. Mata kuliah ini bernilai 3 SKS dengan



kewajiban jam kerja sebanyak 150 jam untuk magang reguler atau 504 jam untuk program magang MBKM mandiri. **6** Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) adalah inisiatif dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang bertujuan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar di luar kampus melalui berbagai pengalaman seperti magang, penelitian, pengabdian masyarakat, atau kewirausahaan (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, 2021).

Berdasarkan buku pedoman kerja profesi Universitas Pembangunan Jaya tahun 2021, mahasiswa yang lulus dari Program Studi Psikologi akan memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi). Profil lulusan mencakup berbagai bidang, seperti: a) Asisten Peneliti, b) Asisten Psikolog, c) Staf Konsultan Psikologi, d) Pengajar, e) Perancang Fasilitator Pengembangan Komunitas, f) Pelaku Usaha Mandiri, g) Tenaga Kerja di bidang SDM, h) Fasilitator Motivasi dan Pelatihan, i) Konselor, serta j) Administrator Tes Psikologi (Setiawan & Soerjoatmodjo, 2021). Dari berbagai profil tersebut, praktikan diharapkan bekerja dalam bidang Sumber Daya Manusia, sesuai dengan pengalaman magang praktikan di bagian Human Resources di Space and Shapes. Pemahaman ini tidak hanya terbatas pada aspek teoritis, tetapi juga mencakup penerapan praktis yang memungkinkan praktikan untuk memahami dinamika proses rekrutmen secara komprehensif. Harapan pribadi selama menjalani KP di Space and Shapes Digital Agency adalah dapat menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dalam konteks profesional. Selain itu, diharapkan dapat memperoleh pengalaman praktis dalam proses rekrutmen dan seleksi SDM, serta dapat memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan dalam mengatasi isu rendahnya kualitas SDM. Harapan lainnya adalah dapat membangun jaringan profesional dan meningkatkan pemahaman tentang dinamika industri digital marketing dan advertising. **2 38 1.2**

Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Univeristas Pembangunan Jaya a) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman belajar di perusahaan, yang mencakup berbagai

proses seperti rekrutmen, manajemen sumber daya manusia, serta seleksi kualitas sumber daya manusia sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan Space and Shapes. b) Melaksanakan kegiatan kerja profesi sesuai dengan kompetensi lulusan program studi psikologi di Universitas Pembangunan Jaya, yang mendasari pengalaman praktis yang dijalani dalam posisi staf HR di Space and Shapes. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Universitas Pembangunan Jaya a) Kerja Profesi ini bertujuan agar mahasiswa dapat memperoleh gambaran langsung mengenai praktik kerja di dunia profesional, terutama di bidang Sumber Daya Manusia. b) Program ini memberikan mahasiswa kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, yang mencakup berbagai tugas seperti penyusunan deskripsi pekerjaan, pembuatan lowongan pekerjaan, seleksi CV, wawancara, observasi, serta administrasi alat tes psikologi.

2 1.3 Tempat Kerja Profesi Space and Shapes adalah perusahaan agensi yang bergerak di bidang pemasaran dan periklanan. Space and Shapes merupakan agensi transformasi merek yang hadir untuk memberikan perbedaan luar biasa bagi klien, mitra, dan dunia yang saling terhubung.

Mereka menggabungkan wawasan berbasis data dengan visual yang menakjubkan, strategi bisnis yang kuat dengan tujuan merek yang jelas, serta ekspresi dan pengalaman yang mengesankan. Dengan keahlian dan empati yang mendalam, Space and Shapes bekerja sama secara lintas lini untuk melampaui ekspektasi klien dan mitra. Space and Shapes adalah ahli strategi dalam budaya internet, bekerja untuk mengubah merek dan bisnis, untuk mendorong pertumbuhan klien dan mitra. Kantor Space and Shapes saat ini beralamat di Senayan Trade Center. Jl.

Asia Afrika No.RT.1 No.1-41, RT.1/RW.3, Gelora, Tanah Abang, Central Jakarta City, Jakarta 10270. 2 14 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Praktik kerja profesi dimulai pada tanggal 28 Juni 2024 sampai dengan 4 Oktober 2024 atau dengan kurun waktu tiga bulan (568 jam). Selama masa magang atau kerja profesi, pekerjaan dilaksanakan secara full WFO walaupun sebenarnya budaya kerja dari perusahaan Space and Shapes

adalah hybrid . Hal ini sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati antara saya sebagai pekerja magang dan Direktur Operasional Space and Shapes.

22 Pelaksanaan kerja dilakukan regular pada hari Senin hingga Jumat dari pukul 09:00 WIB hingga pukul 18:00, dengan waktu istirahat selama satu jam pada pukul 12:00 sampai 13:00. Meskipun demikian, perusahaan agensi tentunya tidak selalu sesuai jadwal yang tertera. Jam kerja kembali menyesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan (fleksibel). BAB 2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan Space & Shapes adalah sebuah perusahaan konsultan digital kreatif dan studio yang didirikan pada bulan Maret 2019 di bawah naungan PT. Windra Group Indonesia. 'Space' dalam nama perusahaan melambangkan jaringan tanpa batas di mana interaksi terjadi, dan 'Shapes' melambangkan semua bentuk komunikasi, baik itu bahasa, gambar, ikon, bahkan meme, yang terhubung dan mempengaruhi masyarakat. PT. Windra Group Indonesia memiliki tiga anak perusahaan selain Space & Shapes yang bergerak di bidang digital marketing dan advertising , tiga anak perusahaan lainnya masing-masing bergerak di bidang yang berbeda untuk memenuhi beragam kebutuhan industri kreatif dan pemasaran. Pertama, ada Morning Sky Production, sebuah rumah produksi yang telah menunjukkan keahliannya dalam menciptakan konten berkualitas tinggi. Morning Sky Production telah menghasilkan sejumlah iklan untuk merek-merek ternama dan juga film. Reputasi perusahaan ini dalam industri film dan periklanan menunjukkan kemampuan mereka dalam menyajikan narasi yang menarik dan produksi yang profesional. Kemudian, terdapat Commstar, perusahaan yang berfokus pada bidang event agency . Commstar menawarkan layanan kreatif yang mencakup penyelenggaraan event baik secara offline maupun online . Mereka memiliki keahlian dalam merancang acara yang inovatif dan berkesan, mulai dari konsep hingga pelaksanaan, untuk berbagai keperluan seperti peluncuran produk, konferensi, dan acara perusahaan. Dengan pendekatan yang kreatif dan terintegrasi, Commstar mampu membantu klien menciptakan pengalaman yang unik dan berinteraksi langsung dengan

audiens mereka. Terakhir, Doris, yang berfungsi sebagai unit bisnis khusus di bidang KOL (Key Opinion Leader) Specialist . Doris memberikan layanan yang berfokus pada kolaborasi dengan influencer atau figur publik untuk meningkatkan visibilitas dan citra merek klien. Melalui pendekatan strategis dalam memilih KOL yang tepat, Doris membantu klien untuk mencapai target audiens secara efektif dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui kampanye yang autentik dan berpengaruh. Keempat anak perusahaan ini termasuk Space & Shapes menunjukkan diversifikasi dan keahlian PT. Windra Group Indonesia dalam industri kreatif dan pemasaran, dengan masing-masing unit bisnis menawarkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan klien dari berbagai sektor. Space & Shapes beralamatkan di Gedung STC Senayan Lantai 2 Ruang 89, Jalan Asia Afrika Pintu IX Gelora Senayan Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Sejak awal berdirinya, Space and Shapes telah beroperasi sebagai perusahaan dengan sistem kerja dari kantor (WFO). Namun, ketika pandemi melanda pada tahun 2020, perusahaan ini mengambil langkah strategis dengan bertransformasi menjadi perusahaan hybrid . Transformasi ini melibatkan penerapan metode kerja dari rumah (WFH), memungkinkan fleksibilitas bagi karyawan untuk bekerja secara remote sambil tetap menjaga produktivitas dan kualitas layanan. Pada saat ini Space & Shapes sedang transisi kembali seperti semula yaitu system kerja dari kantor (WFO). **1** Space and Shapes didirikan oleh Lolen Windra dengan visi untuk menjadi penyedia jasa periklanan yang inovatif. Selain itu, perusahaan ini juga menawarkan berbagai layanan digital yang dirancang untuk memenuhi beragam kebutuhan klien dari berbagai sektor bisnis dan perusahaan. Melalui pendekatan ini, Space and Shapes berupaya untuk memberikan solusi yang adaptif dan relevan dalam menghadapi dinamika dunia bisnis yang terus berkembang. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang periklanan, Space and Shapes telah membangun kemitraan strategis dengan sejumlah perusahaan yang mempercayakan mereka untuk menyediakan layanan, ide kreatif, dan karya yang membantu memperkuat

identitas dan citra perusahaan klien. Berikut ini adalah beberapa hasil kerja yang telah dihasilkan oleh Space and Shapes sejak berdirinya perusahaan. Salah satu kemitraan penting adalah dengan PT. Simba Indosnack Makmur, di mana Space and Shapes telah terlibat dalam beberapa proyek untuk merek- merek yang berada di bawah naungan Simba. Produk-produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) seperti Simba Choco Chips dan Makura menjadi fokus utama dalam kerja sama ini. Space and Shapes bertanggung jawab untuk menciptakan strategi kreatif dan konten yang efektif guna memperkuat posisi produk-produk tersebut di pasar. Selain itu, Space and Shapes juga menjalin kerjasama dengan PT Kalbe Farma Tbk, salah satu perusahaan farmasi dan kesehatan terbesar di Indonesia. **1** Dalam kolaborasi ini, Space and Shapes diberi kepercayaan untuk menangani aspek desain dan manajemen konten untuk beberapa produk FMCG milik Kalbe, termasuk Entrasol, Diabetasol, Nutrive Fibershot, dan Susu Zee. Tugas Space & Shapes meliputi pembuatan dan pengelolaan konten media sosial harian, khususnya di platform Instagram, dengan tujuan meningkatkan engagement dan awareness terhadap produk-produk tersebut. Melalui kerjasama ini, Space and Shapes tidak hanya memberikan layanan periklanan dan desain, tetapi juga berperan sebagai mitra strategis bagi klien dalam mengembangkan dan memperkuat brand mereka di pasar yang kompetitif. Pada tahun ini, Space and Shapes tidak hanya berhasil menjalin kemitraan strategis dengan Wuling Motors Indonesia untuk memasarkan 360 produk unggulan mereka, tetapi juga mencapai pencapaian luar biasa di bidang penghargaan industri. Dalam ajang Marketing Excellence Awards , yang dikenal sebagai salah satu ajang penghargaan paling kompetitif, Space and Shapes meraih 1 Emas, 3 Perak, 1 Perunggu, serta 9 tempat finalis di lima kategori berbeda. Keberhasilan ini semakin memperkuat posisi Space and Shapes sebagai agen pemasaran yang inovatif dan berkompeten, yang mampu menghadirkan hasil yang signifikan untuk mitra bisnis dan klien mereka. Gambar 2. 1 AHU Perusahaan 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direkur Operasional Space and Shapes dan data yang didapat dari information deck perusahaan, Space and Shapes memiliki visi yang ambisius: "Menjadi perusahaan desain merek terkemuka nomor satu di Indonesia, yang menyajikan inovasi dan kreativitas untuk meningkatkan pengalaman brand yang menyenangkan. Visi ini mencerminkan komitmen Space and Shapes untuk menjadi pemimpin industri dalam memberikan solusi desain merek yang tidak hanya kreatif tetapi juga memberikan nilai tambah bagi klien dan konsumen. Untuk mewujudkan visi tersebut, Space and Shapes menetapkan misi yang menjadi panduan dalam mencapai tujuan jangka pendek mereka. Misi ini mencakup beberapa aspek penting: (1) Memformulasikan Kolaborasi yang Efektif: Space and Shapes berfokus pada pembentukan kerjasama yang efektif dengan semua pihak terkait, termasuk klien, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan pendekatan kolaboratif ini, perusahaan berupaya untuk menciptakan sinergi yang kuat dalam setiap proyek, memastikan bahwa semua pihak terlibat secara optimal untuk mencapai hasil yang terbaik. (2) Menginspirasi Inovasi dan Kreativitas melalui Pendekatan Berbasis Data: Perusahaan ini tidak hanya mengandalkan kreativitas semata, tetapi juga menggabungkan pendekatan berbasis data dalam proses inovasi. Dengan menganalisis data dan tren pasar, Space and Shapes mampu menghasilkan ide-ide yang tidak hanya inovatif tetapi juga relevan dan efektif dalam meningkatkan pengalaman brand klien mereka. (3) Menanamkan Nilai Berkelanjutan dan Menciptakan Dampak Positif Jangka Panjang: Space and Shapes berkomitmen untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan melalui pengalaman brand yang mereka bangun. Mereka berupaya menanamkan nilai-nilai yang berkelanjutan dalam setiap proyek, memastikan bahwa hasil kerjanya tidak hanya bermanfaat dalam jangka pendek tetapi juga memberikan nilai jangka panjang bagi klien dan masyarakat. Dengan visi dan misi ini, Space and Shapes berusaha untuk tidak hanya menjadi perusahaan desain merek yang unggul, tetapi juga menjadi agen perubahan yang membawa dampak positif bagi industri kreatif dan

ekosistem bisnis secara keseluruhan. 2.3 Core Value Perusahaan 1.

ABOVE & BEYOND Kami menghargai semangat untuk Mandiri dan Pertumbuhan Diri, karena motivasi ada di dalam diri setiap individu. Ini adalah

dorongan batin untuk mengambil tindakan dan mencapai tujuan; keyakinan sejati bahwa kemampuan yang kuat akan berkembang melalui pembelajaran yang berdedikasi, kerja keras, dan ketahanan untuk mencapai prestasi

besar di masa depan. 2. COLLABORATIVE MENTALITY Pola pikir atau sikap yang mendorong kerja sama dan kolaborasi di antara individu

dalam tim atau organisasi. 29 Ini mencakup kemampuan untuk bekerja bersama orang lain, berbagi ide, mendengarkan pendapat, dan mencapai tujuan bersama. 3.

EMPATHETIC Memelihara hubungan yang positif dalam lingkungan kerja yang mendukung dan aman dengan saling memberikan apresiasi dan menunjukkan

lebih banyak kasih sayang satu sama lain. 1 4. INTEGRITY Menerapkan karakter dan etika kerja yang tinggi, termasuk objektivitas, penilaian yang

baik, integritas yang kuat, keandalan, dan dedikasi yang loyal. 2.4 Logo

Perusahaan Gambar 2. 2 Logo Perusahaan Berdasarkan hasil wawancara dengan Direkur Operasional Space and Shapes. Logo Space and Shapes

Digital Agency dirancang dengan cermat untuk mencerminkan identitas, visi, dan nilai-nilai perusahaan. Filosofi di balik elemen-elemen dalam

logo ini adalah sebagai berikut: Kedua huruf S, huruf S ganda dalam logo melambangkan identitas dari perusahaan, yaitu " Space and Shapes . "

Space " berarti ruang, menunjukkan fleksibilitas, keterbukaan, dan potensi tanpa batas dalam eksplorasi ide dan kreativitas. Sementara "

Shapes " atau bentuk, merepresentasikan keragaman, struktur, dan inovasi yang dihadirkan oleh perusahaan. Bersama-sama, kedua elemen ini

menggambarkan perusahaan sebagai sebuah entitas yang dapat beradaptasi dan berkembang dalam berbagai aspek kreatif dan digital. Warna Biru,

warna biru dalam logo diartikan sebagai simbol digitalisasi dan

koneksi. Biru merupakan warna yang umum dikaitkan dengan teknologi, kepercayaan, dan kestabilan. Sebagai perusahaan digital agency , Space

and Shapes menekankan pentingnya transformasi digital dan bagaimana

mereka menghubungkan merek dengan audiens melalui solusi digital yang inovatif dan efektif. Warna Kuning, warna kuning melambangkan ekspresi dan energi. Ini mencerminkan semangat kreatif dan optimisme yang menjadi inti dari budaya perusahaan. Warna ini juga menggambarkan perusahaan sebagai entitas yang berani dan dinamis, selalu siap untuk menghadirkan ide-ide segar dan solusi kreatif yang mendorong pertumbuhan dan perkembangan klien. Bentuk Heksagonal, bentuk heksagonal dalam logo mewakili ruang dan bentuk dari " Shapes " itu sendiri. Heksagon adalah salah satu bentuk yang paling efisien dan stabil dalam alam, sering ditemukan dalam struktur sarang lebah. Ini melambangkan kesempurnaan, efisiensi, dan harmoni—nilai-nilai yang menjadi landasan dalam pendekatan perusahaan terhadap desain dan solusi digital. Heksagon juga mencerminkan kolaborasi dan konektivitas, menunjukkan bagaimana Space and Shapes bekerja bersama klien untuk menciptakan solusi yang kuat dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, logo Space and Shapes Digital Agency dirancang untuk mencerminkan esensi perusahaan sebagai agen perubahan dalam dunia digital, dengan fokus pada kreativitas, inovasi, dan koneksi.

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi mengacu pada cara elemen-elemen dalam organisasi diatur dan dihubungkan satu sama lain. Dalam psikologi organisasi, struktur ini sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan karena dapat mempengaruhi cara komunikasi, pengambilan keputusan, dan pembagian tugas (Brown, 2020). Struktur ini menentukan hierarki, peran, dan tanggung jawab setiap individu dalam organisasi, serta menggambarkan bagaimana informasi dan alur kerja mengalir di antara berbagai tingkatan. Berikut adalah struktur organisasi dari Space and Shapes:

1. Managing Director Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional perusahaan dan menetapkan strategi bisnis serta visi jangka panjang. Menurut Kotter (2014), seorang Managing Director yang efektif adalah seorang pemimpin transformasional yang mampu menginspirasi dan memotivasi tim untuk mencapai perubahan yang signifikan. Mereka membuat keputusan strategis

untuk pertumbuhan perusahaan, mengelola hubungan dengan klien utama, serta memastikan pencapaian target finansial dan operasional. Gambar 2.3 Struktur Organisasi SnS Sumber: Company Profile Space and Shapes (2023)

2. Operational Director Mengawasi dan mengelola aspek operasional perusahaan, termasuk alur kerja, efisiensi, dan kualitas produksi. Slack, et, al., (2015) mendefinisikan Operational Director sebagai seorang manajer yang fokus pada perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan operasional. 10 35 Mereka memastikan bahwa proyek diselesaikan tepat waktu dan sesuai anggaran. Mengelola sumber daya, mengoordinasikan tugas antara departemen, serta memantau dan melaporkan kinerja operasional kepada manajemen senior.

3. Operational Manager Mendukung Operational Director dalam menjalankan operasional harian, mengawasi tim, dan memastikan proses kerja berjalan sesuai standar yang ditetapkan. Operational Manager berperan sebagai jembatan antara manajemen puncak dan tim operasional. 12 Mereka bertanggung jawab atas pelaksanaan rencana operasional, pengawasan tim, dan memastikan bahwa semua aktivitas berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Mintzberg (1973) menggambarkan Operational Manager sebagai seorang manajer yang memiliki peran sebagai figurehead, leader, dan liaison dalam organisasi.

4. Human Capital (HC) Mengelola aspek sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pengembangan karyawan, administrasi karyawan dan manajemen kinerja. 12 32 Mereka bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung pertumbuhan karyawan. Mengembangkan kebijakan HC, menangani masalah karyawan, mengelola kompensasi dan benefit, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan. Lalu Gardner dalam Rustiadi (2015) menyebutkan HC artinya bukan hanya sebagai “keterampilan” yang berasal dari kemampuan mental dan fisik saja. Namun menurutnya a HC ini adalah bersifat individu dan masuk dalam ranah kecerdasan ganda. Dimana seorang yang terampil di satu bidang belum tentu memiliki kemampuan di bidang atau dimensi pekerjaan yang lain.

5. Account Director Mengelola hubungan strategis dengan klien utama,

memastikan bahwa kebutuhan klien terpenuhi, dan mengarahkan tim account untuk mencapai tujuan klien. Seorang Account Director bertanggung jawab untuk menciptakan dan menjaga hubungan dengan klien (Indeed, 2024). Mereka seringkali menjadi titik kontak utama bagi banyak klien sekaligus. Tugas mereka dapat mencakup berbagai hal, mulai dari menangani keluhan klien hingga membagikan berita yang mungkin mempengaruhi proyek-proyek yang akan datang. **36** Mereka berperan sebagai penghubung antara klien dan tim kreatif. **6.** Account Manager Menangani akun klien sehari-hari, termasuk perencanaan dan eksekusi proyek. **11** Fokus pekerjaan seorang account manger adalah memastikan kepuasan klien sehingga tercipta hubungan dekat yang memperpanjang kontrak Kerjasama (Pusparini, 2024). **11** Dalam aktivitas kesehariannya, manajer akun banyak berinteraksi langsung dengan klien untuk memenuhi kebutuhan serta merespon kekhawatiran mereka. **10** Mereka bekerja sama dengan tim internal untuk memastikan proyek sesuai dengan kebutuhan klien dan diselesaikan tepat waktu. **7.** Account Executive Mendukung Account Manager dalam mengelola akun klien, termasuk koordinasi proyek dan pelaksanaan kampanye. **3** Account Executive adalah seorang profesional di bidang jasa yang bertanggung jawab untuk menjaga dan mengembangkan hubungan bisnis antara perusahaan dengan klien (Bounche, 2024). **3** Tugas utamanya melibatkan penjualan, komunikasi efektif, dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan klien. Dengan fokus pada solusi dan pelayanan, Account Executive berperan sebagai perantara yang efisien antara perusahaan dan pelanggan. Mereka bertugas untuk menjaga hubungan klien dan menangani tugas administratif. **8.** Project Manager Bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian proyek, termasuk mengelola waktu, anggaran, dan sumber daya. **28** Project manager adalah profesional yang bertanggung jawab merencanakan, mendelegasikan, mengelola, dan memastikan penyelesaian proyek. Mereka memegang peranan penting untuk menjamin keberhasilan proyek dari awal hingga akhir (Hidayat, 2023) Mereka memastikan bahwa setiap proyek berjalan sesuai jadwal dan memenuhi standar kualitas. **9.** Designer Membuat elemen visual untuk

kampanye pemasaran, termasuk desain grafis, tata letak, dan identitas merek. Menurut Jagad (2024) yang dimaksud dengan desainer adalah seseorang yang merencanakan bentuk dan tampilan sesuatu; atau merancang sesuatu. Sesuatu tersebut bisa berupa baju, produk, aplikasi, dan lain sebagainya. Mereka bekerja sama dengan tim kreatif untuk menghasilkan desain yang menarik dan sesuai dengan pesan merek. **10** 10. Motion Designer Mengembangkan animasi dan grafis bergerak untuk iklan digital, video promosi, dan konten media sosial. **13** Motion designer merupakan gabungan dari media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis (Jessica, 2024). **13** Hal tersebut dilakukan dengan memasukkan elemen-elemen lainnya seperti 3D, 2D, ilustrasi, animasi, tipografi, fotografi, video, dan musik. Mereka menciptakan elemen visual yang dinamis untuk meningkatkan daya tarik kampanye. 11. Art Director Mengarahkan visi kreatif dari proyek, termasuk tata letak, warna, dan elemen visual. Art director adalah sebuah profesi di industri kreatif yang bertanggung jawab atas tampilan visual di berbagai media, seperti iklan, film, majalah dan lain sebagainya (Melati, 2023). **25** Mereka yang membuat desain untuk sebuah proyek kreatif dan memberikan arahan kepada tim yang ikut bekerjasama dalam membuat sebuah artwork. Mereka bekerja dengan tim desain untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan visi dan standar merek. 12. Content Planner Merencanakan strategi konten yang efektif untuk kampanye pemasaran, termasuk menentukan jenis konten, jadwal publikasi, dan saluran distribusi. Perencana konten bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi konten yang sejalan dengan tujuan pemasaran perusahaan secara keseluruhan (Anggi, 2023). Ini melibatkan audiens target, mengidentifikasi kata kunci, dan menentukan jenis konten yang akan terkoneksi dengan mereka. Mereka juga memastikan bahwa konten yang dihasilkan sesuai dengan tujuan pemasaran dan audiens target. Menganalisis data dan tren untuk membuat rencana konten, berkolaborasi dengan tim kreatif, dan mengelola kalender konten. 13. Content Writer Menulis dan mengembangkan konten untuk berbagai keperluan pemasaran, termasuk artikel, posting

media sosial, skrip video, dan materi promosi. Mereka memastikan bahwa pesan merek disampaikan secara efektif dan konsisten. Seorang penulis konten juga harus memastikan bahwa semua konten bebas dari kesalahan dan mematuhi pedoman suara dan gaya merek perusahaan (Anggi, 2023). Meskipun peran perencana konten dan penulis konten tampak berbeda, keduanya saling bergantung.

2.6 Kegiatan Umum Perusahaan Praktikan

mendapatkan informasi secara lengkap berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara dengan Novie salah satu HR Staff di Space and Shapes. Novie sudah bekerja di Space and Shapes kurang lebih selama dua tahun. Wawancara dilakukan disela-sela jam istirahat kerja pada tanggal 26 September 2024. Hasil pengamatan dan wawancara praktikan adalah sebagai berikut:

1. Penemuan Brand Space and Shapes memulai proses dengan menganalisis budaya saat ini, untuk memahami tren, isu-isu yang berkembang, dan wawasan yang relevan dengan perilaku dan kebiasaan audiens. Melalui pendekatan ini, Space and Shapes mampu mengidentifikasi apa yang memotivasi audiens dan bagaimana brand dapat terhubung secara nyata dengan budaya mereka. Pengetahuan mendalam ini digunakan untuk memastikan brand menjadi bagian penting dari kehidupan audiens, sehingga brand lebih mudah diterima dan relevan.
2. Strategi Brand Membangun brand yang kuat memerlukan fondasi yang kokoh dan visi yang jelas. Space and Shapes membantu mendefinisikan nilai-nilai inti, misi, serta pandangan jangka panjang brand Anda. Dengan mendalami esensi dan tujuan brand, Space and Shapes merancang strategi yang tidak hanya bermakna, tetapi juga mampu memberi dampak signifikan di pasar. Ini mencakup bagaimana brand ingin dipersepsikan dan apa yang diharapkan audiens dari brand tersebut.
3. Pengalaman Brand Pengalaman brand yang berkesan adalah kunci untuk menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan audiens. Space and Shapes mengembangkan elemen-elemen yang mewakili brand Anda, seperti simbol, logo, dan perilaku brand, yang dirancang untuk membangun citra yang konsisten. Tujuan akhirnya adalah menciptakan pengalaman yang meninggalkan kesan positif, kuat, dan tak

terlupakan, sehingga audiens merasa terhubung secara emosional dengan brand .

4. Pemasaran 360° Dalam dunia yang semakin digital, penting bagi brand untuk terhubung dengan audiens di berbagai saluran. Space and Shapes menawarkan pendekatan pemasaran yang holistik dengan menggabungkan media digital, sosial, dan tradisional. Dengan menggunakan analisis berbasis data, mereka mengoptimalkan kampanye pemasaran agar dapat menjangkau audiens yang tepat dan memaksimalkan hasil. Pendekatan ini memberikan pengalaman brand yang menyeluruh dan kohesif di setiap titik kontak dengan audiens.

5. Strategi Komunikasi Komunikasi yang terstruktur dan efektif sangat penting untuk meningkatkan ekuitas brand . Space and Shapes merancang strategi komunikasi yang selaras dengan tujuan brand Anda, memastikan pesan yang disampaikan mampu membangun identitas brand dan mendukung pertumbuhan bisnis. Dengan komunikasi yang tepat sasaran, audiens lebih mudah mengenali dan mempercayai brand Anda, yang pada akhirnya memperkuat posisinya di pasar.

6. E-Commerce Dalam ekosistem bisnis saat ini, e-commerce menjadi salah satu pilar penting dalam mengembangkan brand . Space and Shapes memadukan kreativitas dan strategi bisnis untuk menciptakan pengalaman e-commerce yang tidak hanya menarik, tetapi juga mendorong konversi. Dengan fokus pada optimalisasi di berbagai platform, mereka membantu meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat kehadiran brand di dunia digital.

7. Iklan Kreatif Space and Shapes memahami pentingnya iklan yang mampu menarik perhatian dan menciptakan dampak. Dengan ide-ide kreatif yang inovatif, mereka menciptakan iklan yang tidak hanya mencerminkan nilai-nilai brand , tetapi juga mampu menjalin koneksi yang kuat dengan audiens. Kreativitas ini menjadi elemen utama dalam membedakan brand Anda dari kompetitor dan memperkuat identitas brand di benak konsumen.

8. Konten Kreatif Konten yang relevan dan terpersonalisasi adalah cara efektif untuk menjangkau audiens di berbagai platform . Space and Shapes memproduksi konten yang sesuai dengan karakteristik audiens Anda, baik itu dalam bentuk tulisan, visual, atau media lainnya. Konten

yang diciptakan bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan memperdalam hubungan antara brand dan audiens, memastikan pesan brand selalu selaras dengan kebutuhan dan ekspektasi mereka. 2.7 Kegiatan Umum Unit Hal ini berdasarkan dari hasil pengalaman dan pengamatan praktikan selama di Space and Shapes sebagai staf HR. Sebagai staf HR yang berada dalam divisi Human Capital (HC), berikut adalah pekerjaan yang dilakukan divisi HC di Space and Shapes. Alur rekrutmen di Space and Shapes Digital Agency (SnS) terdiri dari beberapa tahap yang dirancang untuk menilai kecocokan calon karyawan dengan kebutuhan perusahaan. Berikut adalah rincian dari masing-masing tahap: Buat Jobdesc / Jobspec Tahap awal adalah pembuatan deskripsi pekerjaan (job description) dan spesifikasi pekerjaan (job specification). Seperti yang sudah diajarkan diperkuliah dalam mata kuliah Modal Manusia dan Sentra Asesmen, yakni mengidentifikasi terlebih dahulu posisi yang diinginkan. Namun, cara itu dianggap terlalu memakan waktu oleh Operational Director. Beliau menyampaikan untuk melihat referensi job description dari LinkedIn sebanyak-banyaknya, lalu praktikan filter dan sesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Ini melibatkan identifikasi tanggung jawab, keterampilan, dan kualifikasi yang dibutuhkan untuk posisi yang dibuka. Job Posting Setelah jobdesc dan jobspec selesai oleh praktikan, lowongan pekerjaan diposting oleh staf HR lain melalui berbagai platform , seperti situs rekrutmen, website perusahaan, atau media sosial seperti LinkedIn , untuk menarik kandidat. Screening CV Tim HR meninjau CV dan portofolio pelamar yang masuk untuk memeriksa apakah mereka memenuhi kriteria dasar yang telah ditetapkan dalam job description dan job specification . Dari sekian banyaknya kandidat, pertama-tama yang paling dilihat adalah permintaan gaji dari calon kandidat. Apabila permintaan gaji tidak sesuai dengan budget perusahaan, sudah pasti CV lamaran pelamar tersebut dihapus. Selanjutnya, melihat dari pengalaman dibidang yang sesuai. Jika sudah sesuai, kandidat akan dihubungi oleh tim HR untuk melaksanakan interview . Inquiries (Jika

Head Hunting dari LinkedIn) Jika calon kandidat direkrut melalui LinkedIn atau proses headhunting, tim akan melakukan screening awal selama 15 menit tanpa kamera, biasanya melalui panggilan telepon atau gmeet, untuk mengenal kandidat lebih baik dan mengkonfirmasi kualifikasi mereka. Jika selama 15 menit memberikan kesan yang baik dan permintaan benefit yang sesuai maka kandidat akan menjalani proses selanjutnya, apabila sebaliknya kandidat akan dihubungi untuk tidak dilanjut. Phase 1 (Interview HR) Kandidat yang lolos screening akan diundang untuk wawancara tahap pertama yang mencakup sesi interview dan observasi. Interview ini bisa mencakup pertanyaan kepribadian dan kompetensi, sementara observasi bertujuan untuk menilai perilaku dan cara kerja kandidat dalam situasi nyata. Pada tahap ini praktikan ditugaskan mengobservasi dan mewawancarai calon kandidat, ditemani dengan staf HR yang lain. Pada sesi phase 1 ini, kandidat akan dilihat aspek leadership, collaborative dan empathy, karena aspek tersebut adalah core value dari perusahaan. Phase 2 (Interview dengan User) Kandidat yang berhasil di tahap pertama akan menjalani wawancara kedua dengan user (pihak yang akan menjadi atasan atau yang terkait langsung dengan posisi tersebut). Tahap ini fokus pada teknis kandidat dan kecocokan kandidat dengan kebutuhan tim dan perusahaan secara keseluruhan. Pada tahap ini praktikan biasanya bertugas sebagai host yang membuka dan menutup sesi interview. Pada saat praktikan membuka sesi interview, praktikan langsung menyerahkan kepada user untuk mewawancarai calon kandidat. Setelah praktikan tutup diakhir sesi wawancara, kami (tim HC dengan user) akan melakukan sesi diskusi untuk mempertimbangkan calon kandidat. Psikotest Setelah kedua tahap wawancara selesai, kandidat akan menjalani psikotes untuk mengevaluasi aspek psikologis, seperti kepribadian, potensi stres, dan kecocokan budaya kerja dengan perusahaan. Pada tahap ini psikotes dilakukan dengan vendor, sehingga tim HC hanya menerima hasilnya saja. Praktikan biasanya berdiskusi dengan tim HC membacakan hasil psikotes

yang akan disampaikan kepada user . Sign Contract Jika semua tahap selesai dan kandidat dianggap sesuai, mereka akan menerima tawaran kerja (offer letter) dan menandatangani kontrak, yang menjadi tahap akhir sebelum resmi bergabung dengan perusahaan.

4 15 BAB 3 PELAKSANAAN KERJA

PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan menjalani program Kerja Profesi (KP) di Space and Shapes Digital Agency sebagai HR Staff selama 70 hari, dengan sistem kerja Work from Office (WFO) mulai dari tanggal 1 Juli hingga 10 Oktober 2024. Dalam peran ini, praktikan memiliki

tanggung jawab utama untuk menangani berbagai aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Tugas- tugas pokok meliputi proses rekrutmen, pelaksanaan konseling karyawan, pembuatan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan untuk keperluan job posting , psikoedukasi, analisis hasil asesmen, serta penyusunan panduan wawancara. Selain tugas utama, praktikan juga berperan dalam kegiatan tambahan yang mendukung pengembangan tim dan organisasi, seperti merancang kegiatan Leader Huddle bersama anggota dari departemen lain serta melakukan analisis, penyusunan struktur organisasi perusahaan, membuat code of conduct , menjaga kerahasiaan data hasil assessment karyawan, melakukan kegiatan diskusi bersama dengan pemangku kepentingan dan tim Human Capital (HC). Berikut adalah rincian tugas yang dilaksanakan praktikan selama mengisi posisi HR Staff pada divisi Human Capital di Space and Shapes Digital Agency: Tabel 3. 1 Kegiatan Bidang Kerja Bidang Kerja Rincian pekerjaan HR Staff Tugas Utama 1. Membuat job description dan job specification 2. Rekrutmen Wawancara dan observasi 3. Head hunting by LinkedIn 4. Administrasi alat tes psikologi 5. Menghubungi calon kandidat Tugas Tambahan 1. Membuat code of conduct 2. Menjaga kerahasiaan data karyawan 3. Membuat panduan wawancara 4. Merancang kegiatan Leader Huddle 5. Psikoedukasi 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan bekerja selama 70 hari atau setara dengan 560 jam, dimana praktikan bekerja selama 8 jam per hari (tidak termasuk waktu istirahat). 14 Praktikan masuk kerja pada pukul 09:00 – 18:00 WIB, dimana pada jam 12:00 – 13:00 adalah waktu istirahat.

Praktikan melaksanakan program Kerja Profesi (KP) di Space and Shapes Digital Agency dengan sistem Work from Office (WFO) , sesuai kebijakan yang berlaku di perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, praktikan dibimbing oleh Bapak Robin Windra, selaku Operational Director , yang memberikan arahan kerja dan mendampingi praktikan selama masa KP. Pada hari pertama, pembimbing memberikan pengarahan onboarding yang mencakup perkenalan dengan seluruh staf Human Capital , pengenalan mengenai perusahaan, uraian pekerjaan yang akan dilakukan, aturan perusahaan, informasi terkait benefits and compensation , serta prosedur administratif yang harus diikuti. **31** Secara rutin, praktikan juga menjalani evaluasi kinerja sebanyak satu kali setiap bulannya, yang dilakukan pada awal bulan. Pembimbing aktif melibatkan praktikan dalam diskusi-diskusi penting yang berkaitan dengan perencanaan sumber daya manusia (HR Plan) di perusahaan. Selama program KP, praktikan bertanggung jawab dalam proses rekrutmen untuk berbagai posisi yang dibutuhkan oleh perusahaan, termasuk Account Executive, Account Manager, Graphic Designer, Content Planner, dan Content Writer. Praktikan juga melaksanakan sesi konseling terhadap karyawan. Dalam setiap sesi konseling karyawan, terdapat empat karyawan Space and Shapes, praktikan menghabiskan waktu sekitar 1 jam 30 menit per sesi untuk membantu mereka mengatasi masalah yang dihadapi. Praktikan juga membuat job descriptions (jobdesc) dan job specifications (jobspec) sebagai bahan postingan lowongan pekerjaan di platform seperti LinkedIn. Sebagai bagian dari program psikoedukasi, praktikan juga menyampaikan materi bertema burnout dan work-life balance , bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan strategi coping di kalangan karyawan. Dalam tahapan seleksi, praktikan menganalisis hasil asesmen calon karyawan untuk kemudian dilaporkan kepada user yang membutuhkan informasi tersebut. Selain itu, praktikan juga melakukan pembaruan dan penyusunan ulang kode etik (code of conduct) perusahaan dalam deck presentasi perusahaan agar lebih jelas dan mudah dipahami. Dalam seluruh aktivitasnya, praktikan selalu menjaga kerahasiaan data karyawan maupun

calon karyawan. Praktikan pun aktif berpartisipasi dalam diskusi bersama pemangku kepentingan dan tim Human Capital (HC) , serta turut serta dalam merancang kegiatan Leader Huddle yang melibatkan anggota dari berbagai departemen untuk meningkatkan kolaborasi antar departemen. 3.2.1 Membuat Job Description dan Job Specification untuk Job Posting Gambar 3. 1 Membuat Job Description dan Job Specification Praktikan bertugas merancang deskripsi pekerjaan (job description) yang komprehensif, mencakup tanggung jawab utama, tugas harian, serta kualifikasi yang diperlukan untuk setiap posisi. Proses ini diawali dengan melakukan analisis kebutuhan organisasi guna memahami secara mendalam peran dan kontribusi yang diharapkan dari setiap jabatan. Praktikan memastikan bahwa deskripsi pekerjaan tidak hanya jelas dan spesifik, tetapi juga mampu mencerminkan ekspektasi perusahaan terhadap kandidat yang ideal. Selain itu, deskripsi ini dirancang untuk mendukung pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dengan memberikan panduan kepada karyawan dalam memahami lingkup pekerjaan mereka. Pendekatan ini sejalan dengan teori Analisis Jabatan (Job Analysis) yang dikemukakan oleh Dessler (2017), yang menegaskan bahwa deskripsi dan spesifikasi pekerjaan merupakan elemen penting dalam manajemen SDM karena membantu menciptakan kejelasan peran, meningkatkan transparansi, dan mempermudah proses rekrutmen. Dengan memberikan gambaran yang akurat tentang posisi yang ditawarkan, organisasi dapat menarik kandidat yang sesuai, sekaligus mendukung pengembangan karyawan melalui pemahaman yang lebih baik terhadap tugas dan tanggung jawab mereka. Hal ini juga mendukung efisiensi proses seleksi, di mana kandidat yang memenuhi persyaratan dapat diidentifikasi dengan lebih cepat dan tepat. 3.2.2 Melakukan Proses Rekrutmen Salah satu tugas utama praktikan adalah melakukan proses rekrutmen, yang dilaksanakan di bawah bimbingan pembimbing kerja. Praktikan bertanggung jawab mencari kandidat untuk posisi Economic Analyst di perusahaan. Rekrutmen merupakan serangkaian langkah organisasi dalam menarik calon pelamar, mengidentifikasi,

menyeleksi, hingga mempekerjakan kandidat yang memenuhi kualifikasi dan kebutuhan organisasi untuk mencapai tujuan tertentu (Aamodt, 2015). 1. Job analysis 2. Selection of testing methods 3. Test validation 4. Testing 5. Screening 6. Recruitment 7. Hiring/Rejecting Tabel 3.

2 Alur rekrutmen Aamodt (2016) Mengacu pada gambar diatas, terdapat 5 kesamaan tahapan proses rekrutmen Space and Shapes yang sesuai dengan Aamodt (2016) yaitu tahap awal job analysis, screening, recruitment, testing dan hiring/reject. 34 Proses alur rekrutmen yang dilakukan oleh praktikan dapat dilihat pada gambar dibawah ini. Proses rekrutmen dimulai dengan merencanakan kebutuhan karyawan yang sesuai dengan yang diperlukan user atau perusahaan. Selanjutnya, praktikan membuka lowongan pekerjaan melalui berbagai platform karier untuk menarik minat calon kandidat. Kandidat yang memenuhi kualifikasi kemudian diundang untuk mengisi formulir riwayat hidup dan mengunggah curriculum vitae (CV) sebagai langkah awal seleksi. Tahapan berikutnya meliputi Interview tahap 1 dengan HR, dimana pada tahap tersebut user melihat kepribadian kandidat. Pada tahap selanjutnya yaitu interview tahap 2 dengan user dimana pertanyaan teknis akan ditanyakan kepada kandidat untuk melihat kualitas dari kandidat. Selanjutnya, psikotes untuk mengukur kesesuaian karakter dan kemampuan kandidat dengan persyaratan posisi. Setelah serangkaian penilaian ini, keputusan akhir dibuat untuk menentukan apakah kandidat tersebut akan diangkat menjadi karyawan atau ditolak. 1. Job Analyzing and Job Posting 1. Job analyzing and Job posting 2. Screening CV 3. Interview phase 1 (HR) 4. Interview phase 2 (user) 5. Psikotest 6. Final decision Tabel 3. 3 Alur rekrutmen yang dikerjakan Gambar 3. 2 Job Posting Proses rekrutmen di Space and Shapes Digital Agency dimulai dengan menganalisis posisi yang dibutuhkan untuk memastikan bahwa perekrutan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Di tahap ini, praktikan bekerja sama dengan divisi yang memerlukan tambahan tenaga kerja untuk memahami lebih dalam tentang peran yang akan diisi. Praktikan dengan divisi yang

membutuhkan karyawan membahas tugas sehari-hari, tanggung jawab utama, dan keterampilan serta kualifikasi yang diperlukan. Ini termasuk detail tentang latar belakang pendidikan, pengalaman, hingga karakteristik kepribadian yang sesuai dengan budaya kerja perusahaan. Setelah analisis selesai, praktikan membuat pengumuman lowongan yang berisi deskripsi pekerjaan secara jelas dan lengkap, mencakup tanggung jawab, syarat kualifikasi, lokasi kerja, serta manfaat yang bisa menarik minat calon kandidat, seperti kesempatan pengembangan karier. Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam merekrut kandidat diantaranya memanfaatkan lembaga pendidikan, melalui iklan ataupun perusahaan pencari tenaga kerja (Garaika & Margahana, 2019). Pengumuman ini kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform perekrutan, seperti situs karier perusahaan, LinkedIn, dan job portal lain, untuk menjangkau lebih banyak kandidat dengan latar belakang dan wilayah yang beragam. Dengan cara ini, perusahaan berharap dapat menarik banyak pelamar yang memenuhi kriteria teknis dan budaya perusahaan. Pengumuman yang menarik dan informatif juga diharapkan dapat memikat kandidat yang memiliki motivasi serta nilai yang sesuai dengan perusahaan. Job posting dilakukan oleh praktikan dan tim HC, melalui persetujuan melalui Operational Director . 2.

Screening CV Setelah menerima pelamar, tahap berikutnya dalam proses rekrutmen adalah penyaringan CV atau Curriculum Vitae . Pada tahap ini, praktikan secara teliti memeriksa setiap CV untuk memastikan bahwa kandidat memiliki kualifikasi dasar yang sesuai dengan persyaratan posisi yang dilamar. 8 Proses rekrutmen ini menggunakan rekrutmen eksternal yang fokus pada kandidat yang berasal dari luar perusahaan atau organisasi (Aamodt, 2015). 7 Proses penyaringan ini sangat penting karena membantu perusahaan menyaring kandidat sejak awal, sehingga hanya mereka yang benar-benar memenuhi kualifikasi yang dapat melanjutkan ke tahap seleksi berikutnya. Praktikan meninjau beberapa aspek penting dalam CV setiap kandidat. pertama-tama yang paling dilihat adalah pengalaman perusahaan dibidang terkait. Apabila calon karyawan memiliki pengalaman

kerja di perusahaan agensi menjadi nilai lebih atau salah satu yang diprioritaskan. Selanjutnya, Gambar 3. 3 Screening CV melihat dari pengalaman dibidang yang sesuai. Misalnya, jika perusahaan mencari seorang Content Planner , pengalaman di bidang perencanaan konten, pengelolaan media sosial, atau pembuatan strategi pemasaran digital akan menjadi nilai tambah yang signifikan. Ketiga, pendidikan juga menjadi pertimbangan, khususnya jika posisi tersebut mensyaratkan latar belakang akademis tertentu. Meskipun pengalaman kerja sering kali lebih berperan, pendidikan dapat menunjukkan landasan teoritis dan pengetahuan umum kandidat di bidang yang digeluti. Terakhir adalah permintaan gaji. Permintaan gaji yang tidak sesuai dengan budget perusahaan, sudah pasti CV lamaran pelamar tersebut akan dipindahkan ke dalam waiting list . Selain itu, keterampilan atau skill khusus yang tertera dalam CV juga menjadi bagian penting dalam penyaringan ini. Keterampilan seperti public speaking , kemampuan berbahasa asing, atau keahlian lain yang relevan bisa menjadi faktor penentu dalam seleksi. Di Space and Shapes 80% pengumuman atau task menggunakan Bahasa Inggris, jadi sangat penting untuk kandidat bisa berbahasa Inggris. Terutama pada posisi yang berhubungan langsung dengan klien, seperti account executive, account manager, account director, dan lain sebagainya. Pada tahap ini, praktikan juga memperhatikan pencapaian atau proyek yang pernah dilakukan kandidat, karena hal ini bisa menjadi bukti kemampuan praktis yang dimiliki. Dengan melakukan penyaringan CV secara menyeluruh, praktikan dapat memperkecil jumlah kandidat menjadi hanya mereka yang benar- benar memenuhi kriteria utama. Ini memudahkan proses seleksi pada tahap-tahap berikutnya, serta memastikan bahwa kandidat yang akan diwawancarai memiliki latar belakang yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. 4 3.

Interview phase 1 HR (wawancara dan observasi) Setelah kandidat berhasil melewati tahap penyaringan awal, mereka akan diundang untuk menjalani wawancara dengan tim HR secara online . In terview ini berlangsung selama satu jam. Interview tahap satu ini dilakukan sebanyak satu

kali sebelum ke tahap dua yaitu interview dengan user . Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai kecocokan karakter, motivasi, dan nilai-nilai pribadi kandidat dengan budaya dan nilai-nilai perusahaan. **7** HR ingin memastikan bahwa kandidat tidak hanya memiliki keterampilan yang sesuai dengan posisi, tetapi juga dapat beradaptasi dengan lingkungan kerja perusahaan. Dengan mengadopsi teknik wawancara semi-terstruktur seperti yang diusulkan Stewart dan Cash (2014), praktikan memadukan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan pertanyaan spontan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan relevan dengan topik yang sedang dibahas, terutama ketika ada hal-hal yang perlu diklarifikasi Gambar 3. 4

Interview phase 1 HR atau dielaborasi lebih lanjut. **37** Hal ini sesuai dengan mata kuliah Wawancara dan Observasi. Selain menilai kesesuaian karakter, wawancara ini juga menjadi kesempatan bagi HR untuk memahami lebih lanjut tentang pengalaman kerja kandidat, terutama yang relevan dengan posisi yang dilamar. Dalam wawancara ini, praktikan menanyakan tentang tantangan yang pernah dihadapi kandidat di pekerjaan sebelumnya, cara mereka menyelesaikan masalah, dan bagaimana pengalaman tersebut akan membantu mereka berkontribusi dalam posisi baru. Tujuan utama dari wawancara ini adalah untuk menilai apakah kandidat memiliki potensi untuk berkembang dalam lingkungan perusahaan serta mendukung visi dan misi perusahaan dengan efektif. Dalam proses wawancara, praktikan tidak hanya fokus pada penggalian informasi melalui tanya jawab, tetapi juga melakukan observasi terhadap calon kandidat. Observasi yang dilakukan oleh praktikan bersifat cermat dan mendalam, memperhatikan setiap gerakan nonverbal yang ditunjukkan kandidat serta mendengarkan dengan seksama apa yang disampaikan kandidat. Pendekatan ini selaras dengan teori observasi dalam wawancara yang menyatakan bahwa kombinasi antara data verbal dan nonverbal memberikan pemahaman lebih utuh mengenai kandidat (Egan, 2018). Praktikan membagi observasi ke dalam dua kategori utama: off-task dan on-task . Observasi off-task mencakup

perilaku nonverbal , seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gestur yang terjadi di luar konteks langsung dari jawaban kandidat. Sementara itu, observasi on-task difokuskan pada respons verbal kandidat, struktur jawaban, dan koherensi antara ucapan dan data yang diberikan. Pembagian ini sesuai dengan pendekatan observasi terstruktur yang digunakan untuk memastikan bahwa pengamatan praktikan terorganisir dengan baik (Kvale & Brinkmann, 2015). Saat menyampaikan hasil observasi kepada Direktur Operasional, praktikan menggunakan metode deskriptif yang mencakup detail dari kedua kategori observasi tersebut. Penekanan pada detail ini mendapat apresiasi tinggi dari Direktur Operasional, yang menilai laporan praktikan sebagai komprehensif dan relevan. Namun, Direktur menyarankan agar hasil observasi cukup disampaikan secara lisan tanpa perlu dijadikan laporan tertulis. Hal ini menunjukkan pentingnya fleksibilitas dalam pelaporan hasil observasi sesuai kebutuhan audiens (Patton, 2015). Laporan tertulis yang telah disiapkan oleh praktikan tetap dimanfaatkan sebagai catatan pribadi untuk merumuskan ide sebelum penyampaian lisan kepada Direktur Operasional. Pendekatan ini mencerminkan prinsip kerja profesional dalam wawancara, di mana persiapan yang matang, termasuk melalui dokumentasi, menjadi bagian dari proses yang penting meskipun tidak selalu ditampilkan kepada pihak ketiga (Merriam & Tisdell, 2016).

4. Interview phase 2 User Gambar 3. 5 Interview phase 2 User

Jika kandidat berhasil melewati wawancara HR, mereka akan lanjut ke tahap wawancara kedua dengan user , yaitu manajer atau supervisor dari divisi yang membuka posisi tersebut. Ini merupakan interview tahap terakhir yaitu bersama user . Interview ini berlangsung selama satu jam, dan praktikan bertugas sebagai host yang membuka dan menutup sesi interview .

8 Menurut Aamodt (2016), proses wawancara di Space and Shapes menggunakan metode serial interviews , di mana user dan HR manager melakukan wawancara dengan kandidat secara bergantian pada waktu yang berbeda. Terkadang, juga diterapkan panel interviews , di mana beberapa interviewer hadir sekaligus untuk

mewawancarai satu kandidat. Tahap ini memiliki fokus yang lebih mendalam dan teknis dibandingkan wawancara HR, karena user akan mengevaluasi keterampilan dan kemampuan khusus yang dimiliki kandidat untuk memenuhi tanggung jawab utama dalam posisi tersebut. Selain menilai kompetensi teknis, user juga akan melihat bagaimana kandidat dapat berkontribusi dalam tim, apakah mereka memiliki pendekatan yang baik untuk kolaborasi, serta seberapa baik mereka mampu menghadapi situasi dan tantangan sehari-hari dalam pekerjaan. Di tahap ini, kandidat mungkin akan diberi studi kasus atau pertanyaan yang menggambarkan situasi nyata yang sering terjadi di pekerjaan mereka nanti. Ini bertujuan untuk memahami cara kandidat dalam menganalisis masalah, mengambil keputusan, dan menyelesaikan tugas di bawah tekanan atau dalam lingkungan yang dinamis. Hasil dari wawancara dengan user ini sangat penting untuk mengetahui apakah kandidat tidak hanya cocok secara teknis, tetapi juga dapat beradaptasi dengan budaya dan ritme kerja tim yang akan menjadi lingkungan keseharian mereka.

5. Psikotest

Setelah melalui tahapan wawancara dengan HR dan user, kandidat yang dianggap memenuhi persyaratan akan melanjutkan ke tahap psikotes. Pada tahap psikotes merupakan tahapan keenam yang dikemukakan Aamodt (2016) yaitu testing. Tes yang diberikan adalah tes intelegensi dan tes kepribadian. Pada Space and Shapes Digital Agency, proses psikotes dilakukan dengan bekerja sama dengan vendor eksternal yang telah berpengalaman untuk memastikan efisiensi waktu dan akurasi hasil. Penggunaan vendor ini juga bertujuan untuk memanfaatkan keahlian profesional dalam merancang tes yang tepat, serta memberikan hasil yang lebih objektif dan terpercaya. Psikotes ini memiliki tujuan utama untuk mengukur beberapa aspek penting dari kandidat, seperti kepribadian, kemampuan kognitif, dan kecocokan dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam posisi yang dilamar. Dalam hal ini, psikotes berperan untuk memberikan gambaran lebih mendalam tentang bagaimana kandidat berinteraksi dengan lingkungan kerja, bagaimana cara mereka berpikir, serta apakah

kepribadian mereka cocok dengan budaya perusahaan yang ada. Kandidat akan dikirimkan link oleh praktikan dan kandidat dipersilahkan memilih waktu kosong untuk mengerjakan pada hari yang sama. Setelah kandidat menyelesaikan tes tersebut, praktikan akan membacakan hasil tes bersama tim HC yang akan dipresentasikan pada user . 6. Final Decision Berdasarkan hasil dari seluruh tahapan, mulai dari screening CV, wawancara HR dan user , hingga psikotest. Tim HR bersama user dan manajemen terkait akan melakukan diskusi untuk mengambil keputusan akhir. Tahap terakhir ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Cohen dan Swerdlik (2018) yaitu hiring/rejected . Di tahap ini, user meninjau semua data kandidat (hasil wawancara, observasi, dan psikotes) secara komprehensif untuk memastikan kandidat yang dipilih benar-benar sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kandidat terpilih kemudian akan diberi penawaran kerja, sementara kandidat yang tidak lolos diberi informasi secara profesional mengenai hasil rekrutmen.

3.2.3 Head hunting by LinkedIn

Head hunting biasanya dengan menasar individu yang memiliki keterampilan spesifik atau pengalaman relevan meskipun mereka tidak sedang aktif mencari pekerjaan. Di era digital, LinkedIn menjadi platform utama untuk aktivitas head hunting karena memiliki basis data profesional yang luas dan fitur pencarian kandidat yang canggih. Dalam Space and Gambar 3. 6 Final Decision Shapes, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang desain kreatif dan digital, head hunting melalui LinkedIn untuk posisi Account Executive bertujuan untuk mendapatkan individu dengan kemampuan komunikasi, negosiasi, dan manajemen klien yang unggul. Melalui LinkedIn, Space and Shapes dapat memanfaatkan fitur seperti LinkedIn Recruiter atau pencarian lanjutan (Advanced Search) untuk menyaring kandidat berdasarkan pengalaman kerja, industri, pendidikan, dan lokasi. Profil kandidat di LinkedIn sering kali mencantumkan pencapaian, rekomendasi, serta portofolio kerja, yang mempermudah perusahaan untuk menilai kelayakan kandidat sebelum menghubungi mereka. Strategi ini memungkinkan perusahaan menjangkau talenta, yakni

mereka yang tidak secara aktif melamar pekerjaan tetapi terbuka untuk peluang baru (Kadir & Aulia, 2021). Selanjutnya, setelah kandidat yang potensial ditemukan, perekrut dari Space and Shapes dapat menghubungi mereka secara langsung melalui pesan personal atau fitur InMail di LinkedIn. Pendekatan ini harus dilakukan dengan bahasa yang profesional dan personal, misalnya dengan menyebutkan pengalaman spesifik kandidat yang sesuai dengan kebutuhan posisi Account Executive di Space and Shapes. Proses ini bertujuan untuk membangun hubungan awal yang positif dengan kandidat, sekaligus memberikan gambaran tentang peran, budaya perusahaan, dan peluang karier yang ditawarkan. Head hunting melalui LinkedIn memiliki keunggulan dalam efisiensi waktu dan akurasi pencocokan kandidat, karena platform ini menyediakan data yang relevan dan terstruktur. Namun, proses ini juga memerlukan keahlian komunikasi dari perekrut untuk menarik minat kandidat potensial. Dalam konteks Space and Shapes, strategi ini membantu mereka mendapatkan talenta terbaik yang sesuai dengan kebutuhan spesifik industri kreatif dan digital.

3.2.4 Administrasi alat tes

Selama menjalani program kerja praktik (KP), salah satu tanggung jawab utama praktikan adalah menangani administrasi terkait tes masuk bagi calon kandidat. Dalam hal ini, Space and Shapes mengandalkan vendor eksternal untuk menjalankan proses asesmen. Penggunaan vendor bertujuan untuk meningkatkan efisiensi karena proses asesmen dilakukan secara profesional dan terstandarisasi sehingga mempercepat durasi seleksi dibandingkan jika dilakukan secara internal. Sebagai bagian dari perannya, praktikan bertugas mendukung proses tersebut dengan fokus pada beberapa aktivitas spesifik: Vendor yang ditunjuk oleh Space and Shapes akan menjalankan seluruh proses asesmen, termasuk penyediaan tes, pelaksanaan, hingga pengolahan hasil. Praktikan bertanggung jawab untuk menerima hasil asesmen dari vendor, memastikan kelengkapan dokumen, serta memeriksa apakah hasil tersebut sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Setelah menerima hasil asesmen, praktikan bertugas untuk membaca, memahami, dan

menyusun laporan hasil tes. Proses ini mencakup interpretasi data dari asesmen psikologis, kemampuan teknis, atau kompetensi lain yang telah diukur. Laporan tersebut dirancang untuk memberikan informasi yang jelas, terstruktur, dan relevan bagi kebutuhan user (tim rekrutmen atau hiring manager). Praktikan akan mempresentasikan hasil asesmen tersebut kepada user setelah tahap wawancara fase kedua selesai. Dalam presentasi ini, praktikan harus mampu menjelaskan dengan rinci dan profesional tentang: Skor dan hasil tes dari kandidat. Kekuatan, kelemahan, serta potensi kandidat berdasarkan hasil tes. Rekomendasi terkait kelayakan kandidat untuk melanjutkan ke tahap akhir proses rekrutmen. Hasil asesmen yang dipresentasikan oleh praktikan menjadi salah satu dasar penting bagi user dalam mengambil keputusan akhir, apakah kandidat akan di-hire (diterima) atau reject (ditolak). Oleh karena itu, akurasi dalam menyampaikan hasil tes dan kemampuan praktikan untuk menjawab pertanyaan user menjadi aspek krusial dari tugas ini. Dengan struktur kerja yang demikian, praktikan mendapatkan pengalaman langsung dalam aspek administrasi dan analisis rekrutmen, sambil mendukung efisiensi proses seleksi melalui koordinasi dengan vendor dan user. Tugas ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana Space and Shapes mengelola proses seleksi dengan pendekatan yang terstandar dan profesional. Dalam tugas ini, praktikan bertanggung jawab untuk membacakan dan mempresentasikan data yang diperoleh dari berbagai asesmen psikologis, seperti tes kepribadian, kompetensi, dan kepemimpinan. Saat membaca hasil tes psikologi, penting untuk mempertimbangkan konteks individu, seperti latar belakang budaya, pendidikan, dan kondisi psikologis saat tes dilakukan (APA, 2020). Pembacaan dilakukan secara terstruktur dengan tujuan untuk memahami karakteristik individu karyawan dan bagaimana mereka sesuai dengan kebutuhan organisasi. Langkah pertama adalah merangkum hasil tes dalam format yang mudah dipahami, seperti laporan. Kemudian, praktikan membandingkan hasil tersebut dengan profil kompetensi yang diharapkan

oleh perusahaan, sehingga dapat mengidentifikasi kesenjangan antara kemampuan yang dimiliki dengan standar yang ditetapkan. Tahapan ini membutuhkan perhatian terhadap detail untuk memastikan hasil laporan benar-benar mencerminkan potensi dan tantangan karyawan secara akurat. Lebih lanjut, data yang diolah tidak hanya digunakan untuk evaluasi individual tetapi juga sebagai dasar rekomendasi kepada user .

Misalnya, seorang karyawan yang menunjukkan skor tinggi pada dimensi kepemimpinan dalam tes dapat direkomendasikan untuk mengikuti program pelatihan manajerial guna memperkuat kemampuannya. Sebaliknya, jika seorang karyawan memiliki skor rendah pada kompetensi tertentu, seperti komunikasi, rekomendasi dapat diarahkan pada pelatihan khusus atau mentoring. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan perusahaan untuk merancang program pengembangan yang lebih tepat sasaran, meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya manusia. Dengan demikian, analisis asesmen ini tidak hanya mendukung pertumbuhan individu tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan strategis organisasi. 3.2.5

Menghubungi calon kandidat Menghubungi calon kandidat via LinkedIn memerlukan pendekatan yang terstruktur dan personal. Menghubungi kandidat melalui LinkedIn sejalan dengan teori personalisasi komunikasi, di mana pesan yang relevan dan personal dapat meningkatkan peluang respons positif (Kelleher, 2009). Langkah pertama adalah melakukan riset awal untuk menemukan kandidat yang sesuai dengan kriteria posisi yang dibutuhkan menggunakan fitur pencarian LinkedIn, lalu meninjau profil mereka untuk memahami pengalaman, keterampilan, dan pencapaian yang relevan. Setelah itu, siapkan pesan yang personal dengan menyebut nama kandidat, menjelaskan alasan menghubungi mereka, serta menulis pesan secara sopan dan profesional. Selanjutnya, kirimkan permintaan koneksi dengan catatan singkat, misalnya: "Halo [Nama Kandidat], saya melihat profil Anda yang menarik, terutama pengalaman Anda di [bidang tertentu]. Saya ingin mendiskusikan peluang yang relevan dengan Anda. Apakah Anda bersedia terhubung? Jika permintaan koneksi diterima, kirimkan

pesan tindak lanjut yang lebih detail tentang peluang pekerjaan, termasuk gambaran peran, informasi singkat tentang perusahaan, dan kontak untuk komunikasi lebih lanjut. Jika kandidat belum merespons, kirimkan pesan follow-up secara sopan setelah beberapa hari tanpa terlihat memaksa. Apabila kandidat tidak tertarik, akhiri komunikasi dengan profesional, misalnya: "Terima kasih atas waktunya, [Nama Kandidat]. Semoga sukses dengan karier Anda, dan jangan ragu untuk menghubungi saya jika ada yang bisa saya bantu di masa depan. Pendekatan ini membantu menciptakan kesan baik dan menjaga komunikasi tetap relevan dan profesional. 3.2.6

Membuat code of conduct Pembuatan kode etik (code of conduct) merupakan langkah strategis yang dilakukan praktikan untuk merancang pedoman perilaku yang mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan. Dokumen ini menjadi panduan bagi karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka secara profesional, sesuai dengan norma yang berlaku di lingkungan kerja. Kode etik yang dirancang mencakup prinsip-prinsip utama, seperti integritas, transparansi, dan penghormatan terhadap hak asasi manusia, serta menjelaskan perilaku yang dilarang, termasuk konflik kepentingan, pelanggaran privasi, atau tindakan diskriminatif. Dengan pedoman ini, perusahaan diharapkan dapat meminimalkan risiko pelanggaran etika yang dapat merugikan organisasi, baik dari segi reputasi maupun hukum. Dalam proses penyusunan, praktikan bekerja sama dengan tim Human Capital untuk memastikan bahwa kode etik tersebut tidak hanya relevan dengan kebutuhan organisasi tetapi juga selaras dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kolaborasi ini melibatkan analisis mendalam terhadap kebijakan internal perusahaan dan regulasi eksternal, seperti undang-undang ketenagakerjaan dan perlindungan data pribadi. Selain itu, praktikan juga mengintegrasikan masukan dari pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa kode etik ini dapat diterapkan secara efektif di berbagai departemen. Dengan pendekatan komprehensif ini, kode etik tidak hanya menjadi dokumen formal, tetapi juga alat yang mendorong budaya kerja yang sehat, profesional, dan beretika di

seluruh organisasi Treviño dan Nelson (2017) menjelaskan bahwa kode etik yang dirancang dengan baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan meningkatkan integritas organisasi. Selain itu, kode etik ini menjadi dasar bagi karyawan dalam mengambil keputusan yang etis di situasi kerja yang kompleks. Dengan adanya panduan ini, perusahaan dapat memperkuat citra profesionalisme dan meminimalkan risiko pelanggaran etika.

3.2.7 Menjaga Kerahasiaan Data Karyawan

Praktikan memiliki tanggung jawab penting dalam menjaga kerahasiaan informasi pribadi karyawan yang mencakup data sensitif seperti informasi pribadi, hasil asesmen psikologis, serta catatan kinerja. Sebagai bagian dari upaya untuk menjaga data karyawan, praktikan harus memastikan bahwa semua informasi tersebut hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang dan sesuai dengan kebutuhan operasional. Hal ini dilakukan dengan mengatur pembatasan akses yang ketat, memastikan hanya individu yang memiliki otorisasi yang tepat yang dapat mengakses data tersebut. Sebagai contoh, dalam hal asesmen atau hasil wawancara, praktikan akan memastikan bahwa informasi ini hanya disampaikan kepada tim HR atau pemangku kepentingan terkait yang memiliki kewenangan untuk menggunakannya dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, praktik yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan data merupakan kunci untuk menjaga kepercayaan karyawan serta organisasi. Lebih lanjut, dalam menjalankan tugas ini, praktikan harus mematuhi regulasi perlindungan data pribadi yang berlaku, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Regulasi ini menuntut organisasi untuk memastikan bahwa data pribadi karyawan diproses dengan cara yang sah dan transparan. Untuk itu, praktikan juga harus menjaga keamanan data dengan cara yang mencakup penggunaan sistem penyimpanan data yang terenkripsi dan pengawasan yang ketat terhadap akses fisik ke arsip atau dokumen yang berisi informasi pribadi. Keamanan ini melibatkan penggunaan password yang kuat dan penerapan kebijakan akses terbatas dalam sistem digital, serta memastikan bahwa dokumen fisik yang berisi

informasi sensitif disimpan di tempat yang aman dan hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang. Praktikan juga harus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mengenai standar perlindungan data dan mengikuti pelatihan yang relevan untuk memastikan bahwa prosedur yang diambil selalu selaras dengan perkembangan regulasi yang ada Corey et al. (2014) menyatakan bahwa menjaga kerahasiaan adalah dasar dari hubungan yang saling percaya antara karyawan dan organisasi. Ketika karyawan merasa data mereka dilindungi, mereka cenderung lebih terbuka dan kooperatif dalam proses pengembangan diri dan organisasi. Oleh karena itu, tugas ini memiliki dampak signifikan dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman secara psikologis.

3.2.8 Membuat panduan wawancara

Gambar 3. 7 Panduan Wawancara

Praktikan menyusun panduan wawancara yang dirancang untuk mengevaluasi kandidat secara komprehensif, terutama berdasarkan kompetensi dan pengalaman kerja mereka. Panduan ini memanfaatkan teknik Behavioral Event Interview (BEI), metode wawancara berbasis perilaku yang dikembangkan oleh McClelland (1973). **27** BEI berfokus pada eksplorasi pengalaman nyata kandidat di masa lalu sebagai prediktor performa di masa depan. Langkah pertama dalam membuat alur panduan wawancara adalah persiapan yang matang. Praktikan harus memahami dengan jelas posisi yang akan diisi, tugas-tugas yang harus dilakukan, serta kompetensi yang dibutuhkan. Proses ini termasuk analisis pekerjaan (job analysis) yang menggali keterampilan, pengalaman, dan perilaku yang diinginkan dari calon kandidat. Tujuan: Menentukan kompetensi yang relevan berdasarkan deskripsi pekerjaan dan standar organisasi. Kegiatan: Berdiskusi dengan Direktur Operasional atau pihak terkait untuk mengidentifikasi kebutuhan keterampilan yang spesifik. Setelah identifikasi posisi, praktikan selanjutnya harus menentukan kompetensi yang akan dinilai selama wawancara. Dalam konteks BEI menurut Stewart & Cash (2020), kompetensi ini lebih berfokus pada perilaku masa lalu kandidat yang relevan dengan pekerjaan yang akan diisi. **9** Berdasarkan teori BEI, perilaku masa lalu adalah indikator yang kuat untuk memprediksi

kinerja masa depan (Stewart & Cash, 2020). Tujuan: Mengidentifikasi keterampilan spesifik yang relevan untuk pekerjaan yang harus dilakukan, seperti kepemimpinan, kerjasama tim, pemecahan masalah, dan pengelolaan konflik.

Kegiatan: Menggunakan standar perilaku yang telah diidentifikasi dari deskripsi pekerjaan dan hasil observasi terhadap perilaku sukses dalam organisasi. Setelah kompetensi ditentukan, praktikan kemudian mengembangkan pertanyaan wawancara yang bersifat behavioral. Stewart & Cash (2020) menekankan pentingnya pertanyaan yang mengarah pada pengungkapan perilaku konkret dari pengalaman kandidat yang lalu. 9 21

Pertanyaan ini biasanya mengikuti pola STAR (Situation, Task, Action, Result) untuk menggali situasi tertentu, tindakan yang diambil oleh kandidat, dan hasil dari tindakan tersebut.

Tujuan: Menggali contoh perilaku nyata dari kandidat yang dapat memberikan informasi tentang bagaimana mereka menghadapi situasi yang relevan. Kegiatan: Membuat daftar pertanyaan yang berfokus pada pengalaman konkret di masa lalu. 27 39

Contoh pertanyaan BEI adalah: 1 "Ceritakan pengalaman Anda ketika harus memimpin sebuah proyek besar di tempat kerja. Apa yang Anda lakukan dan apa hasilnya 40 , 2 "Berikan contoh ketika Anda menghadapi konflik dalam tim. Bagaimana Anda menyelesaikannya?

Praktikan kemudian menyusun alur wawancara yang mencakup pembukaan, pengembangan pertanyaan, dan penutupan. Dalam konteks BEI, struktur wawancara harus terorganisir dengan baik untuk memastikan setiap kandidat diberi kesempatan yang sama untuk memberikan respons yang relevan.

Tujuan: Memastikan wawancara berjalan dengan lancar, terstruktur, dan memungkinkan praktikan untuk mengumpulkan informasi yang relevan mengenai perilaku kandidat. Kegiatan: Menyusun urutan pertanyaan yang logis dan menyisakan ruang untuk klarifikasi jika diperlukan. Misalnya, dimulai dengan pertanyaan pembuka yang lebih umum, kemudian beralih ke pertanyaan yang lebih spesifik terkait dengan pengalaman masa lalu kandidat. Setelah panduan wawancara selesai disusun, praktikan melaksanakan wawancara dengan mengikuti alur yang telah direncanakan. Praktikan perlu memastikan bahwa mereka tetap objektif, menghindari bias,

dan mendengarkan dengan cermat untuk mendapatkan informasi yang akurat dari kandidat. Praktikan harus mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan dengan menggunakan pola STAR, dan mencatat respons kandidat secara sistematis. Tujuan: Mengumpulkan data yang lengkap mengenai kompetensi kandidat berdasarkan perilaku masa lalu. Kegiatan: Mengajukan pertanyaan dengan cara yang sopan dan profesional, serta mencatat jawaban kandidat dengan cermat. Pastikan untuk menggali lebih dalam setiap jawaban yang diberikan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

23 Setelah wawancara dilakukan, praktikan harus melakukan penilaian terhadap jawaban kandidat berdasarkan kriteria kompetensi yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam konteks BEI, penilaian dilakukan dengan melihat kesesuaian antara perilaku masa lalu kandidat dan kompetensi yang dibutuhkan oleh posisi tersebut. Penilaian ini dilakukan dengan menggunakan panduan yang telah disusun dan memastikan bahwa seluruh aspek yang relevan sudah tercakup dalam wawancara. Tujuan: Menilai kecocokan kandidat dengan posisi yang dilamar berdasarkan perilaku yang telah ditunjukkan di masa lalu. Kegiatan: Menggunakan rubrik penilaian untuk mengevaluasi apakah kandidat menunjukkan perilaku yang sesuai dengan yang diinginkan. Rubrik ini bisa berbentuk skala nilai atau deskripsi perilaku yang diinginkan. Setelah proses wawancara dan penilaian selesai, praktikan menyampaikan hasil evaluasi kepada pihak yang berwenang, seperti manajer atau Direktur HRD. Berdasarkan hasil wawancara dan penilaian kompetensi kandidat, keputusan mengenai kelayakan kandidat untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya diambil. Tujuan: Membantu pengambilan keputusan mengenai penerimaan kandidat berdasarkan analisis perilaku masa lalu yang relevan. Kegiatan: Menyusun laporan hasil wawancara yang mencakup analisis terhadap perilaku kandidat, serta rekomendasi apakah kandidat layak diterima atau tidak. Setelah proses wawancara selesai, praktikan perlu melakukan refleksi terhadap bagaimana alur wawancara berjalan dan apakah panduan yang disusun sudah cukup efektif. Praktikan dapat melakukan revisi atau penyesuaian untuk

wawancara berikutnya berdasarkan pengalaman yang didapatkan dari wawancara tersebut. Tujuan: Meningkatkan kualitas wawancara di masa mendatang dengan melakukan evaluasi terhadap prosedur yang telah diterapkan. Kegiatan: Berdiskusi dengan tim atau mentor untuk mendapatkan masukan dan perbaikan bagi panduan wawancara yang telah diterapkan. Panduan wawancara BEI juga memerlukan struktur wawancara yang jelas, dimulai dengan sambutan dan penjelasan tujuan wawancara, dilanjutkan dengan sesi inti berupa pengajuan pertanyaan utama serta probing questions, dan diakhiri dengan memberikan kesempatan pada kandidat untuk bertanya serta menyimpulkan wawancara. Selain itu, praktikan perlu dilatih untuk memahami kompetensi yang diukur, berlatih mendengarkan aktif, mencatat jawaban secara objektif, dan menghindari bias atau pertanyaan yang bersifat menilai. Dalam proses wawancara, penting untuk tetap fokus pada perilaku nyata, menghindari jawaban spekulatif seperti "Saya akan..." atau "Saya pikir...". Praktikan juga harus menjaga objektivitas dan memastikan konsistensi dengan mengajukan pertanyaan yang serupa kepada semua kandidat. Setelah wawancara selesai, hasilnya dievaluasi menggunakan skala penilaian berbasis kompetensi, dengan membandingkan perilaku kandidat terhadap indikator keberhasilan yang telah ditentukan untuk setiap kompetensi. Pendekatan ini membantu organisasi mengambil keputusan yang lebih akurat dan berbasis data dalam proses rekrutmen, pengembangan, atau evaluasi karyawan. Panduan ini memberikan kerangka yang terstruktur, sehingga praktikan dapat menilai kandidat secara konsisten dan objektif. Dengan menerapkan standar evaluasi yang seragam, proses seleksi menjadi lebih adil dan transparan, mengurangi kemungkinan bias personal yang dapat memengaruhi keputusan. Selain itu, panduan berbasis BEI juga memastikan bahwa penilaian kandidat tidak hanya didasarkan pada keterampilan teknis, tetapi juga mencakup kesesuaian mereka dengan nilai dan budaya organisasi. Hal ini sangat penting karena kandidat yang selaras dengan budaya kerja cenderung memiliki tingkat keterlibatan (engagement) yang lebih tinggi. 20 Dengan demikian, panduan

wawancara yang disusun oleh praktikan tidak hanya mendukung keberhasilan proses rekrutmen jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas dan produktivitas organisasi dalam jangka panjang. 3.2.9 Merancang kegiatan Leader Huddle Gambar 3. 8 Kegiatan Leader Huddle Praktikan merancang kegiatan Leader Huddle sebagai bagian dari inisiatif untuk memperkuat komunikasi dan kolaborasi antar-departemen dalam organisasi. Kegiatan ini merupakan pertemuan rutin satu tahun sekali yang melibatkan para pemimpin dari berbagai departemen untuk berbagi informasi terkait perkembangan dan evaluasi kinerja tim masing-masing. Dalam merancang kegiatan ini, praktikan memastikan bahwa setiap pertemuan memiliki agenda yang jelas dan terstruktur, dimulai dengan pembukaan yang memperkenalkan topik utama, dilanjutkan dengan sesi pembahasan per departemen, dan diakhiri dengan diskusi tentang peluang kolaborasi yang bisa dimanfaatkan. Struktur yang jelas ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang tertib, meminimalisir pembicaraan yang tidak relevan, serta memastikan bahwa waktu yang tersedia dimanfaatkan secara optimal. Leader huddle adalah pertemuan singkat yang dirancang untuk memperkuat komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi antar pemimpin dalam organisasi, dengan fokus pada pengambilan keputusan yang cepat dan efektif (Katzenbach & Smith, 2021). Dalam perancangan kegiatan leader huddle di Space and Shapes, langkah pertama adalah tahap persiapan, yang dimulai dengan menentukan tujuan spesifik pertemuan, seperti pembahasan target bulanan, evaluasi kinerja tim, atau identifikasi tantangan utama. Setelah itu, agenda disusun dengan poin-poin diskusi yang jelas, seperti laporan dari divisi, pembahasan tantangan, dan penetapan prioritas kerja. Peserta yang diundang mencakup pemimpin dari setiap divisi yang relevan ditetapkan untuk memandu diskusi. Selain itu, persiapan logistik seperti ruang rapat, perangkat pendukung, atau platform virtual juga dilakukan, dan agenda serta materi pendukung dibagikan kepada peserta 2 minggu sebelum hari pelaksanaan. Pada hari pelaksanaan, kegiatan dimulai dengan pembukaan oleh pemimpin huddle yang

menjelaskan tujuan pertemuan dan agenda. Sesi inti mencakup laporan singkat dari setiap divisi, diskusi untuk mengidentifikasi tantangan dan solusi, serta penetapan prioritas kerja untuk minggu atau bulan berikutnya. Dilanjut dengan kegiatan psikoedukasi yang dibawai oleh praktikan yang bertemakan burnout dan work-life balance . Penutupan dilakukan dengan merangkum poin-poin penting, menetapkan tindak lanjut, dan memberikan motivasi kepada peserta. Setelah huddle selesai, evaluasi dilakukan melalui survei untuk mendapatkan feedback peserta, yang meliputi relevansi agenda, durasi diskusi, dan saran untuk pertemuan selanjutnya. Dokumentasi berupa notulen dibuat dan dibagikan kepada peserta dalam waktu 24 jam, dan progres tindak lanjut dipantau pada huddle berikutnya. Dengan perancangan yang terstruktur, leader huddle di Space and Shapes dapat menjadi kegiatan yang efektif untuk memastikan keselarasan visi organisasi dan pengambilan keputusan yang cepat. Selain itu, praktikan juga memperhatikan cara agar setiap pemimpin dapat berpartisipasi secara aktif dalam diskusi, dengan memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk menyampaikan pemikiran atau tantangan yang dihadapi oleh departemen mereka. Melalui Leader Huddle , praktikan bertujuan untuk mendorong terciptanya komunikasi yang lebih terbuka dan transparan antar tim, serta memperkuat hubungan kerja antar pemimpin yang berasal dari berbagai latar belakang fungsi. Tannenbaum dan Salas (2021) menekankan bahwa komunikasi yang efektif adalah elemen kunci dalam membangun tim yang produktif. Praktikan menyadari bahwa dalam organisasi yang kompleks, sinergi lintas departemen sangat penting untuk menciptakan solusi yang lebih inovatif dan efektif dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat terbangun rasa saling menghargai dan memahami peran masing-masing departemen, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja kolektif tim secara keseluruhan.

3.2.10 Psikoedukasi

Psikoedukasi adalah salah satu metode intervensi psikologis yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman karyawan terhadap isu-isu yang memengaruhi performa kerja dan kesejahteraan

mental. Praktikkan mengimplementasikan metode ini dengan memilih topik-topik relevan, seperti burnout dan work-life balance, yang sering menjadi tantangan bagi karyawan modern. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk seminar interaktif atau lokakarya, di mana karyawan tidak hanya mendapatkan pemahaman teoretis, tetapi juga dilengkapi dengan alat dan strategi praktis untuk mengelola stres serta menyeimbangkan kehidupan pribadi dan profesional mereka. Dengan demikian, psikoedukasi berperan tidak hanya sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan karyawan untuk mengambil langkah proaktif dalam mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Menurut Donker et al. (2009), psikoedukasi memiliki manfaat signifikan dalam meningkatkan kesadaran individu terhadap masalah psikologis, sekaligus mendorong mereka untuk mengadopsi solusi yang lebih efektif. Dalam konteks organisasi, manfaat ini meluas hingga menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan kolaboratif, di mana karyawan merasa didukung secara psikologis. Psikoedukasi yang terstruktur dengan baik juga memberikan dampak positif pada produktivitas tim dan retensi karyawan, karena karyawan yang memahami tantangan mereka cenderung lebih terlibat dan termotivasi dalam pekerjaan. Oleh karena itu, pelaksanaan psikoedukasi tidak hanya mendukung kesejahteraan individu tetapi juga memberikan kontribusi strategis bagi organisasi dalam menciptakan budaya kerja yang sehat dan berorientasi pada pertumbuhan.

3.3 Kendala yang Dihadapi Selama bekerja sebagai staf HR di Space and Shapes, praktikkan menghadapi berbagai kendala yang terkait dengan manajemen sumber daya manusia. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah komunikasi antar-departemen yang kurang efektif. Beberapa tim cenderung bekerja secara terpisah dan kurang terbuka dalam berbagi informasi terkait dengan proyek atau inisiatif yang sedang berlangsung. Hal ini sering kali menghambat kolaborasi lintas departemen, yang penting untuk memaksimalkan potensi tim. Selain itu, praktikkan juga menemui tantangan dalam menjaga kerahasiaan data karyawan. Terkadang, sulit untuk



memastikan bahwa setiap pihak yang terlibat dalam pengelolaan data memahami pentingnya keamanan data pribadi, yang berisiko menimbulkan kebocoran informasi sensitif. Kendala lain yang muncul adalah resistensi terhadap perubahan. Beberapa karyawan menunjukkan ketidaknyamanan terhadap kebijakan baru yang diterapkan oleh tim HR, terutama jika kebijakan tersebut berhubungan dengan evaluasi kinerja atau peraturan internal yang dianggap mengubah cara kerja mereka. Hal ini mengarah pada kesulitan dalam memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan dapat diterima dan diimplementasikan dengan baik oleh seluruh karyawan. **16** 3.4 Cara Mengatasi

Kendala Untuk mengatasi kendala komunikasi antar-departemen, praktikan berkolaborasi dengan tim HR untuk merancang kegiatan Leader Huddle, yang berfungsi sebagai forum komunikasi rutin antar pemimpin departemen. Dengan adanya pertemuan ini, setiap pemimpin dapat berbagi pembaruan mengenai kinerja tim mereka dan membahas berbagai peluang untuk meningkatkan kerja sama. Selain itu, praktikan juga berinisiatif untuk membuat sistem pengelolaan informasi yang lebih transparan, di mana pembaruan terkait kebijakan atau proyek dapat dengan mudah diakses oleh semua departemen melalui platform komunikasi internal perusahaan. Mengenai masalah kerahasiaan data, praktikan bekerja sama dengan departemen TI untuk memastikan bahwa data karyawan disimpan dengan sistem yang aman dan hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang. **24** Praktikan juga melakukan penyuluhan dan pelatihan keamanan data kepada seluruh karyawan untuk meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya menjaga informasi pribadi. Sementara itu, untuk menghadapi resistensi terhadap perubahan, praktikan mendekati karyawan dengan pendekatan yang lebih empatik, menjelaskan tujuan dan manfaat kebijakan yang diterapkan serta mendengarkan kekhawatiran yang mereka miliki. Dengan cara ini, praktikan berusaha menciptakan pemahaman yang lebih baik dan mengurangi resistensi terhadap kebijakan baru. **18** 3.5

Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama bekerja di Space and Shapes, praktikan memperoleh banyak pembelajaran yang sangat berharga dalam dunia kerja profesional, terutama di bidang Human Resources (HR).

Salah satu pembelajaran utama adalah pentingnya komunikasi yang efektif dan terbuka dalam setiap aspek pekerjaan. Praktikan menyadari bahwa keberhasilan implementasi kebijakan atau perubahan dalam organisasi sangat bergantung pada bagaimana pesan tersebut disampaikan dan dipahami oleh seluruh pihak yang terlibat. Melalui pengalaman ini, praktikan mengembangkan keterampilan dalam merancang forum komunikasi yang efektif dan memastikan partisipasi aktif dari semua pemangku kepentingan. Selain itu, praktikan juga belajar untuk menjadi lebih sensitif terhadap kebutuhan dan kekhawatiran karyawan. Pengalaman ini mengajarkan pentingnya mendengarkan dengan seksama dan memberikan ruang bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat mereka, terutama dalam menghadapi perubahan kebijakan. Praktikan juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya menjaga kerahasiaan informasi pribadi dan data karyawan, serta bagaimana mengimplementasikan sistem yang dapat memastikan keamanan data tersebut. Pembelajaran ini akan sangat berguna dalam membangun reputasi perusahaan yang kredibel dan dipercaya oleh karyawan.

17 BAB 4

PENUTUP 4.1 Kesimpulan Berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama praktik di Space and Shapes, berbagai kegiatan yang dilakukan memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan individu karyawan dan juga efektivitas organisasi. Konseling yang dilakukan dengan pendekatan empatik terbukti efektif dalam membangun hubungan yang lebih baik antara karyawan dan manajemen, serta membantu karyawan dalam mengatasi tantangan pribadi yang mempengaruhi kinerja mereka. Proses pembuatan deskripsi pekerjaan yang jelas dan terstruktur juga terbukti mendukung proses rekrutmen yang lebih terarah, dengan meminimalkan kesalahan dalam penempatan posisi dan meningkatkan kecocokan antara kandidat dan kebutuhan perusahaan. Selain itu, kegiatan psikoedukasi mengenai kesejahteraan mental menjadi bagian penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan mendukung peningkatan produktivitas jangka panjang. Penerapan teknik asesmen yang tepat, wawancara berbasis kompetensi, dan pembuatan kode etik yang jelas juga berperan dalam menciptakan budaya

kerja yang profesional, etis, dan inklusif. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti masalah komunikasi antar-departemen yang terkadang menghambat kelancaran operasional, kekhawatiran terkait kerahasiaan data pribadi karyawan, serta adanya resistensi terhadap perubahan yang perlu ditangani dengan pendekatan yang lebih hati-hati dan persuasif.

4.2 Saran Untuk memperbaiki efektivitas berbagai inisiatif yang telah dijalankan, ada beberapa langkah yang dapat diambil oleh perusahaan.

Pertama, penguatan komunikasi antar-departemen perlu dilakukan dengan lebih sistematis, salah satunya melalui forum seperti Leader Huddle yang tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk merumuskan solusi bersama atas tantangan yang ada. Keterlibatan semua level dalam diskusi semacam ini akan mempercepat aliran informasi dan meminimalkan miskomunikasi yang sering terjadi. Kedua, terkait dengan masalah kerahasiaan data, perusahaan harus memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan informasi sensitif memahami pentingnya menjaga kerahasiaan dan privasi data pribadi karyawan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pelatihan rutin mengenai perlindungan data pribadi dan memperbarui kebijakan terkait keamanan informasi secara berkala. Ketiga, dalam aspek rekrutmen, perusahaan perlu terus memperbaiki proses seleksi dengan menggunakan alat asesmen yang lebih canggih dan wawancara berbasis kompetensi yang lebih komprehensif. **26 Hal ini akan memastikan bahwa proses seleksi kandidat lebih objektif dan mendalam, sehingga mendapatkan calon yang paling tepat sesuai dengan kebutuhan perusahaan.** Keempat, untuk mengatasi resistensi terhadap perubahan, pendekatan yang lebih empatik dan inklusif perlu diterapkan. Karyawan yang menunjukkan kecenderungan untuk menolak perubahan harus diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat kebijakan baru, serta dilibatkan dalam proses perencanaan dan implementasi perubahan tersebut. Melalui pendekatan ini, karyawan dapat merasakan bahwa mereka memiliki peran dalam menentukan arah perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan rasa

REPORT #24303801

kepemilikan dan kesiapan mereka dalam menghadapi perubahan.

REPORT #24303801

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.52% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28611/3/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.49% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8987/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.44% www.bouche.com https://www.bouche.com/blog/agency/account-executive-pengertian-jenjang-...	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.44% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6889/13/13.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.43% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/334510-pelaksanaan-pelatihan-ole..	● ●
INTERNET SOURCE		
6.	0.42% www.uii.ac.id https://www.uii.ac.id/mbkm/program-iii/	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.37% www.recruitfirst.co.id https://www.recruitfirst.co.id/id/blog/proses-seleksi-karyawan/	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.37% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6907/18/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.34% www.karier.mu https://www.karier.mu/blog/umum/mengenal-behavioral-event-interview-bei/	●



REPORT #24303801

INTERNET SOURCE		
10. 0.34%	digi-lib.stekom.ac.id https://digi-lib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_BMqCNdjuWwwsipqdy..	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.33%	qontak.com https://qontak.com/blog/account-manager/	● ●
INTERNET SOURCE		
12. 0.29%	www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5805867/apa-itu-svp-di-perusahaan-pera...	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.28%	glints.com https://glints.com/id/lowongan/motion-graphic-adalah/	● ●
INTERNET SOURCE		
14. 0.28%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9883/14/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.25%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9605/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.24%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6823/11/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.24%	scholar.unand.ac.id http://scholar.unand.ac.id/215736/3/BAB%20IV%20PENUTUP.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.23%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1176/2/Laporan%20Kerja%20Profesi%20Alqo...	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.22%	repository.wiraraja.ac.id https://repository.wiraraja.ac.id/1526/2/File%204.pdf	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.22%	kasirpintar.co.id https://kasirpintar.co.id/solusi/detail/strategi-efektif-dalam-proses-rekrutmen-m.	●



REPORT #24303801

INTERNET SOURCE		
21. 0.2%	kelashr.com https://kelashr.com/5-tahap-melakukan-behavioral-event-interview-saat-prose...	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.2%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8787/12/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.17%	peopleshift.id https://peopleshift.id/behavioral-event-interview/	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.17%	surabaya.proxsisgroup.com https://surabaya.proxsisgroup.com/5-urgensi-menjaga-data-pribadi-karyawan-b..	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.16%	glints.com https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-art-director/	●
INTERNET SOURCE		
26. 0.16%	togi.co.id https://togi.co.id/insight/5%20Proses%20Seleksi%20Karyawan%20dan%20Jeni...	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.15%	www.hrd-forum.com https://www.hrd-forum.com/mengenal-lebih-dalam-teknik-wawancara-bei/	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.15%	myrobin.id https://myrobin.id/untuk-pekerja/project-manager/	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.13%	www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/pendekatan-pembelajaran/?srsltid=AfmBOo..	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.13%	idr.uin-antasari.ac.id https://idr.uin-antasari.ac.id/19782/4/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.13%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6887/12/BAB%20III.pdf	●



REPORT #24303801

INTERNET SOURCE		
32.	0.13% repository-penerbitlitnus.co.id https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/91/1/MANAJEMEN_OPERASION...	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.08% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5775360/sifat-kode-etik-profesional-adal...	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.08% litbang.bandung.lan.go.id https://litbang.bandung.lan.go.id/uploads/download/1672621347_Policy-Paper...	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.07% glints.com https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-project-manager/	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.06% alcorprime.com https://alcorprime.com/eo-adalah/	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.05% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9562/13/13.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.04% kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.02% hrnesia.com https://hrnesia.com/edukasi/teknik-wawancara-kerja/	●
INTERNET SOURCE		
40.	0% glints.com https://glints.com/id/lowongan/behavioral-interview-adalah/	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.12% www.hrd-forum.com https://www.hrd-forum.com/mengenal-lebih-dalam-teknik-wawancara-bei/	



REPORT #24303801

INTERNET SOURCE

2. **0.05%** glints.com

<https://glints.com/id/lowongan/behavioral-interview-adalah/>