



6.62%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 24 JUN 2025, 4:46 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL
1.08%

● CHANGED TEXT
5.53%

Report #27175139

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Secara umum, public relations atau sering disingkat dengan 'PR' dipahami sebagai bagian dari suatu organisasi yang bertanggung jawab terhadap upaya-upaya persuasi, yaitu upaya untuk memengaruhi orang lain atau stakeholder organisasi. Kegiatan PR mencakup berbagai aktivitas, Mulai dari usaha meyakinkan audiens baik di dalam maupun di luar lingkup pengaruh yang biasa, memperkenalkan berbagai gagasan inovatif, hingga mendorong audiens untuk membeli produk, mendukung posisi kita, serta mengapresiasi prestasi yang telah diraih. Singkatnya, public relations merupakan proses komunikasi strategis yang bertujuan membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya (Wynne, 2016). Seorang praktisi PR yang baik harus memiliki kemampuan menganalisis organisasi, menemukan pesan-pesan positif, dan menerjemahkan pesan-pesan tersebut menjadi cerita-cerita positif. Sebaliknya, ketika berita buruk sedang menimpa organisasi atau perusahaan, mereka harus bisa merumuskan respons terbaik dari berita negatif tersebut dan sebisa mungkin mengurangi kerusakan bagi citra perusahaan. Dengan demikian, dalam konteks strategis, PR juga sangat bermanfaat untuk melindungi, meningkatkan, atau membangun reputasi, baik melalui media, media sosial, ataupun media komunikasi yang diproduksi sendiri.

Scott M. Cutlip dan Allen H. Center dalam buku mereka yang berjudul Effective Public Relations mendefinisikan Public Relations sebagai suatu

fungsi manajemen yang bertugas memahami pandangan masyarakat, mengenali kebijakan serta prosedur organisasi demi kepentingan publik, dan menyusun program kegiatan serta komunikasi guna memperoleh pemahaman dan dukungan dari masyarakat (Ruslan, 2014: 25). 2 1 Gatot Haryono, Cosmas. (2023).

Digital Public Relations: Pemanfaatan Big Data, SEO, CSR, dan Komunikasi Krisis dalam Kegiatan Public Relations di Era Digital. (Jakarta :

Pernada Media, 2023) hlm. 1 2 Ruslan, Rosady. 2014. **4** Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi). Jakarta : PT. Raja Grafindo 2 Public

Relations (PR) kini dipandang sebagai salah satu fungsi manajemen yang secara tradisional menitikberatkan pada pembentukan pola interaksi jangka panjang antara organisasi dengan berbagai kelompok publiknya, baik yang mendukung maupun yang tidak (Smith, 2017). PR merupakan upaya aktif organisasi untuk menciptakan hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan masyarakat. Dengan memahami kebutuhan serta harapan publik, organisasi dapat mengambil langkah yang tepat dan melakukan komunikasi yang efektif, sehingga tercipta hubungan yang harmonis. Sebagai seorang public relations harus memiliki beberapa skill untuk mempermudah pekerjaan sebagai seorang PR, sehingga menjadi seorang PR bukan lah hal yang mudah dikarenakan untuk membangun hubungan yang baik dengan klien – klien Perusahaan. Komunikasi yang efektif menjadi skill komunikasi yang sangat penting dalam menjalani pekerjaan sebagai public relations mulai dari komunikasi verbal, non-verbal, menulis dan pengelolaan krisis. Hal tersebut menjadi pondasi praktikan dalam melakukan kerja profesi menjadi lebih mudah. Keterampilan tersebut menciptakan citra positif bagi individu, organisasi dan juga Perusahaan tempat praktikan bekerja. Menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan organisasi atau Perusahaan menjadi kunci utama dalam membangun dan menjaga citra positif dari sebuah organisasi atau individu, tidak hanya bertanggung jawab atas komunikasi eksternal dengan media dan publik, tetapi juga komunikasi internal dengan karyawan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Menjalin hubungan interpersonal yang baik memungkinkan PR untuk menciptakan kepercayaan, memperkuat

koneksi, dan meningkatkan efektivitas strategi komunikasi. Berikut adalah berbagai aspek penting dalam menjalin hubungan interpersonal dalam PR. Pemahaman terkait media pun menjadi poin penting dalam menjadi seorang PR dikarenakan media berperan sebagai saluran utama dalam menyampaikan pesan kepada publik. Seorang PR harus memahami bagaimana media bekerja, jenis-jenis media, serta strategi terbaik dalam membangun hubungan dengan media agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara 3 Gatot Haryono, Cosmas. (2023). *Digital Public Relations: Pemanfaatan Big Data, SEO, CSR, dan Komunikasi Krisis dalam Kegiatan Public Relations di Era Digital*. (Jakarta : Pernada Media, 2023) hlm. 23 efektif dan menghasilkan dampak positif bagi organisasi atau individu yang diwakili. Kreativitas menjadi elemen penting bagi seorang PR karena dapat membantu menciptakan strategi komunikasi yang menarik, efektif, dan berdampak bagi audiens. Dalam era digital yang penuh dengan persaingan, public relations tidak hanya berfokus terhadap penyebaran informasi, tetapi juga pada bagaimana informasi dapat menarik perhatian, membangun engagement, dan juga membentuk opini publik yang positif terhadap Perusahaan. Adapun manajemen waktu menjadi skill yang mempengaruhi hal – hal diatas dikarenakan dengan PR dapat memmanajemen waktunya hal tersebut dapat menangani berbagai tugas secara bersamaan seperti Menyusun strategi komunikasi, menangani media, mengelola krisis kemampuan tersebut sangat berpengaruh dalam kerja profesi praktikan dikarenakan praktikan juga secara bersamaan mengikuti perkuliahan dan hal tersebut sangat membantu praktikan memastikan semua berjalan dengan lancar. Divisi public relations agrakompr sudah mengerjakan banyak pekerjaan yang di minta oleh client seperti mencari tempat untuk workshop, menghitung biaya yang di butuhkan untuk mengadakan event, membuat design yang diperlukan untuk brand – brand client dan lain – lain. Dalam Melakukan kegiatan Kerja Profesi ini atau bisa disebut juga dengan magang yang praktikan tempati di agrakompr, pihak universitas Pembangunan jaya berharap dengan adanya kegiatan ini dapat menambah wawasan luas agar mahasiswa/mahasiswi dapat merasakan terjun

langsung ke dalam dunia kerja yang sebenarnya. Universitas Pembangunan Jaya memberikan waktu kurang lebih selama tiga (3) bulan untuk melaksanakan Kerja Profesi, atau kurang lebih bekerja selama 400 jam untuk praktik di sebuah perusahaan atau instansi. 5 Diadanya kegiatan Praktek Kerja Profesi ini di tujukan terhadap pengembangan skill yang telah dipelajari pada saat perkuliahan dan melalui praktik secara langsung atau orang biasa menyebutnya dengan kata magang. 5 13 Tujuan utama dari kegiatan Kerja Profesi ini adalah untuk mengasah kemampuan dan keterampilan para mahasiswa sebelum masuk kedalam dunia kerja. Maka dari itu setiap mahasiswa pastinya memiliki skill yang pada umumnya akan dimiliki oleh 4 mahasiswa seperti soft skill hingga hard skill, dimana soft skill adalah keterampilan tingkah laku personal yang membantu untuk mengembangkan keterampilan kerja seseorang tersebut. Adapun mata kuliah yang terhubung dengan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan seperti mata kuliah Manajemen Acara yang sesuai dengan pekerjaan yang dihadapi oleh praktikan di tempat kerja praktikan seperti praktikan membantu menyiapkan acara, lalu mata kuliah Humas Online yang selaras dengan pekerjaan praktikan dalam mengelola sosial media dan sosial media monitoring, dan yang terakhir mata kuliah Produksi Media Humas ini mengajarkan bagaimana seorang PR membuat sebuah media humas seperti kampanye, brosur, dan lain – lain, hal ini menjadi salah satu bekal dalam praktikan menjalankan kerja profesi Kontribusi praktikan selama melakukan kegiatan Kerja Profesi berfokus pada upaya membangun reputasi PT. Agrakom melalui pelaksanaan event. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, praktikan berhasil menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan dan memberikan kontribusi positif bagi perusahaan. Pengalaman ini telah meningkatkan pemahaman praktikan tentang bagaimana pentingnya peran PR dalam mencapai tujuan Perusahaan PT. agrakom ini. Kerja profesi (KP) atau juga bisa di sebut magang ini merupakan mata kuliah wajib yang harus dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya Semester 7. Kerja Profesi adalah program yang mewajibkan mahasiswa untuk magang di

perusahaan. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman kerja langsung sehingga mahasiswa memperoleh keterampilan profesional yang tidak bisa didapatkan hanya dari bangku kuliah. Kerja Profesi (KP) juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan industri akan tenaga kerja yang kompeten. Kerja Profesi (KP) merupakan salah satu strategi pembelajaran yang efektif untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Kebijakan Kerja Profesi (KP) di Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) dirancang untuk memberikan mahasiswa pengalaman langsung di lapangan sesuai bidang studinya. Program ini merupakan syarat kelulusan yang berlangsung sekitar tiga bulan dengan total minimal 400 jam kerja, memungkinkan mahasiswa menerapkan teori yang dipelajari selama kuliah dalam situasi kerja 5 nyata. Sebelum memulai, mahasiswa harus memenuhi sejumlah persyaratan, seperti lulus minimal 100 SKS dan memiliki IPK di atas 2.00.

Prosesnya melibatkan bimbingan intensif dari dosen pembimbing dan pembimbing kerja di tempat KP. UPJ juga mensyaratkan pembekalan awal tentang dunia kerja, seperti pilihan tempat KP dan pengembangan keterampilan komunikasi serta penyesuaian diri. Mahasiswa diminta untuk menyusun laporan dari hasil kerja profesi mereka dan mempertanggungjawabkannya melalui sidang akhir. Selain itu, universitas melakukan pemantauan rutin untuk memastikan kualitas pengalaman kerja dan menyiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja setelah lulus. Kerja Profesi ini juga bermanfaat bagi universitas dalam membangun jaringan dengan berbagai instansi, sekaligus meningkatkan reputasi sebagai penyedia tenaga kerja berkualifikasi tinggi untuk industri dan lembaga terkait. 1 20 22 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 20 1 Maksud Kerja Profesi 1. Mendalami dunia pekerjaan secara professional pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya minor Public Relations 2. Memahami dan mempelajari peran sebagai anggota Public relations agency 3. Mempelajari dan mendalami bagaimana tata cara menghubungi media ataupun influencer. 4. Memahami mata kuliah yang sudah dipelajari. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi 1. Praktikan mendapatkan pengetahuan dan pembelajaran yang luas tentang dunia pekerjaan secara nyata dan

professional yang selaras dengan bidang keilmuan praktikan yaitu Ilmu Komunikasi dan menjadi PR yang benar. 2. Praktikan dapat menjadi bagian dari divisi public relations sebenarnya. 3. Praktikan dapat berkomunikasi secara baik dengan klien ataupun media melalui komunikasi secara langsung ataupun melalui chat online. 4. Praktikan mendapatkan pembelajaran lebih mengenai public relations

6 1.3 Tempat Kerja Profesi

Praktik kerja profesi dilakukan di perusahaan PT. AgrakomPR yang berlokasi di GKM Green Tower, lantai 15, Jalan TB Simatupang Kav. 89G, Jakarta Selatan 12520, Indonesia. PT Lestari Kirana Persada memperkenalkan GKM Green Tower sebagai gedung komersial pertama di Jakarta yang mengusung konsep "Working Park for Healthy and Sustainable Lifestyle". GKM Green Tower mulai dibangun pada tahun 2012 dan terletak di Jalan TB Simatupang dengan posisi yang sangat strategis, mudah dijangkau melalui akses menuju kawasan CBD dan Jakarta Outer Ring Road. Target pasar gedung ini adalah perusahaan-perusahaan asing dan lokal yang sudah memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan. Rudi menyampaikan bahwa melalui pembangunan GKM Green Tower, mereka tidak hanya menyediakan lingkungan kerja yang ramah lingkungan, tetapi juga mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan demi masa depan Indonesia yang lebih baik.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

7 Praktikan melakukan kerja profesi namun dengan melalui beberapa tahapan seperti pada bulan Mei praktikan melakukan pembuatan Curriculum Vitae untuk menjadi salah satu (1) bekal mendaftarkan diri ke Perusahaan yang ingin di tuju, Curriculum vitae atau sering juga disingkat menjadi CV, adalah dokumen yang berisi ringkasan lengkap tentang kualifikasi, pengalaman kerja, pendidikan, dan pencapaian seseorang. CV sering digunakan sebagai alat untuk melamar pekerjaan, terutama untuk posisi akademis atau profesional. Cv merupakan hal yang penting untuk meyakinkan user terhadap diri kita yang ingin melamar, lalu pada bulan mei akhir praktikan melakukan pencarian Perusahaan – Perusahaan yang membutuhkan anak – anak magang untuk membantu Perusahaan dalam bekerja. Sampai bulan juni dan juli

sudah ada beberapa Perusahaan yang ingin melakukan interview secara langsung ataupun ada juga yang melakukannya secara daring dan pada saat itu praktikan sudah mempersiapkan dokumen – dokumen terkait yang dibutuhkan untuk diberikan kepada perusahaan, seperti Cv dan portofolio. Pada bulan juli akhir praktikan mendapatkan panggilan di Perusahaan PT. AgrakomPR untuk melakukan wawancara secara langsung dan setelah wawancara praktikan sudah bisa melakukan kerja profesi atau magang di awal agustus dengan jam kerja 10:00 WIB – 17:00 WIB, dalam melakukan kerja profesi praktikan tidak luput dalam membuat laporan hasil kerja profesi yang nantinya akan di presentasikan di sidang kerja profesi setelah praktikan selesai melakukan kerja profesi. Pada awal kerja profesi praktikan menyusun laporan mulai dari pendahuluan. Tinjauan tempat kerja profesi, Lampiran – lampiran data terkait kerja Profesi, sampai pelaksanaan kerja profesi. 17 Praktikan menyusun laporan dan juga harus melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing Dr Geofakta Razali terkait laporan yang dibuat oleh praktikan. Bimbingan dilakukan secara offline atau tatap muka bertujuan agar pesan yang disampaikan lebih jelas dan tidak adanya kesalahpahaman. Hal ini menjadi panduan praktikan dalam melakukan kerja profesi selama 3 (bulan) agar pembimbing dapat mengetahui juga perjalanan kerja profesi praktikan di Perusahaan PT. AgrakomPR. 7 21 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Pekerjaan Utama Selama melakukan kegiatan kerja profesi (KP) sebagai praktikan yang bekerja di sebuah Perusahaan public relations agency PT AgrakomPR sebagai tim public relation, praktikan menjalankan masa kerja selama tiga (3) bulan, dimulai pada tanggal 31 juni hingga 31 oktober 2024, dengan ini praktikan bekerja dari senin sampai jumat, dengan jam kerja 10:00 WIB sampai 17:00 WIB, Selama praktikan melakukan kerja profesi, praktikan mendapatkan bimbingan dari mba maya selaku head of PR di Perusahaan AgrakomPR yang memberikan pembelajaran terkait apa saja yang di kerjakan oleh seseorang yang bekerja sebagai public relations. Tugas utama dari praktikan selama melakukan kerja profesi adalah membuat post mortem

sehabis event, membuat daftar list beberapa venue untuk event yang klien butuhkan, membuat list venue untuk memudahkan klien untuk memilih beberapa venue yang ingin di gunakan dalam dua belas (12) bulan kedepan, pekerjaan tersebut merupakan salah satu contoh pekerjaan atau kegiatan yang sering dilakukan oleh Perusahaan yang berjalan sebagai agency. Praktikan juga tidak luput dari yang Namanya mengikuti event – event dari klien nya Perusahaan agrakom ini, dalam event praktikan memiliki tugas seperti menjemput media, mengambil dokumentasi terkait event, menjaga agar event berjalan dengan lancar dikarenakan hal tersebut membuat nama Perusahaan menjadi terpercaya dan juga berkualitas. Selama praktikan melakukan kerja profesi beberapa pekerjaan yang berdasar pada public relations di era digital seperti :

1. Menyiapkan Data

Sebagai PR di era digital Menyiapkan data sebagai seorang Public Relations (PR) di era digital adalah fondasi krusial untuk pengambilan keputusan yang cerdas, penyusunan strategi yang tepat sasaran, dan evaluasi program yang komprehensif. Data yang relevan dan akurat membantu praktisi PR memahami audiens secara mendalam, mengukur kinerja kampanye dengan presisi, dan mencapai tujuan komunikasi secara efektif (Septian, 2022) Di era digital, PR tidak lagi hanya mengandalkan intuisi dan pengalaman, tetapi juga pada analisis data untuk mengoptimalkan setiap aspek kegiatan komunikasi. Data memungkinkan PR untuk mengidentifikasi tren, memahami sentimen publik, dan memprediksi perilaku konsumen. Dengan memahami audiens, PR dapat menyesuaikan pesan, memilih saluran komunikasi yang paling efektif, dan mengoptimalkan waktu penyampaian pesan. Selain itu, data juga memungkinkan PR untuk mengukur dampak dari setiap kegiatan komunikasi, seperti jangkauan, keterlibatan, dan konversi. Untuk itu, seorang praktisi PR di era digital perlu memiliki kemampuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data dari berbagai sumber. Data dapat berasal dari berbagai saluran, seperti media sosial, situs web, survei, dan laporan industri. Praktisi PR juga perlu memahami berbagai teknik analisis data, seperti analisis statistik,

analisis sentimen, dan analisis tren. Dengan mempersiapkan data yang relevan dan akurat, praktisi PR dapat meningkatkan efektivitas kegiatan mereka, membangun hubungan yang lebih kuat dengan publik, dan mencapai tujuan komunikasi perusahaan secara optimal. Data menjadi kompas yang memandu PR dalam menghadapi kompleksitas lanskap media digital dan mencapai kesuksesan dalam era informasi yang serba cepat ini. 2. Bekerja sama dengan media Di era digital, bekerja sama dengan media sebagai seorang Public Relations (PR) mengalami transformasi signifikan. Meskipun media sosial dan platform digital lainnya 23 memungkinkan PR untuk menjangkau audiens secara langsung, hubungan dengan media publik tetap penting (Aromo,2021) Transformasi digital telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan publik dan bagaimana mereka membangun serta mempertahankan reputasi. Dalam era yang didorong oleh data, PR bukan lagi sekadar menyebarkan pesan, melainkan tentang bagaimana kita dapat menggunakan data untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik, memahami opini mereka secara real-time, dan menyesuaikan pesan agar lebih relevan dan efektif (Despian, 2024). Penggunaan data secara real-time memungkinkan tim PR untuk lebih cepat merespons dan menyesuaikan kampanye mereka berdasarkan opini publik. Selain itu, praktisi PR semakin menggunakan platform multimedia seperti YouTube, TikTok, dan Instagram untuk menyampaikan pesan melalui video, gambar, dan audio dengan potensi jangkauan luas dan keterlibatan tinggi. Meskipun media sosial memungkinkan PR untuk berkomunikasi langsung dengan audiens, hubungan dengan media publik tetap penting. PR digital perlu menjalin hubungan baik dengan jurnalis dan blogger untuk mendapatkan liputan media yang positif dan meningkatkan visibilitas merek⁵. Kemampuan menjalin hubungan baik dengan media atau yang selanjutnya disebut dengan Media Relations sangatlah penting bagi seorang PR.

1 2 3.2 Pelaksanaan Kerja Saat melakukan kerja profesi, praktikan diletakkan di divisi Public Relations yang didalamnya terdapat seorang Head of Public Relations, satu tim marketing, satu tim public relations, dan satu tim finance. praktikan berada di cakupan konsultan

dan diletakan di dalam salah satu tim yang akan menjadi public relations selama melakukan praktik kerja 24 magang. Di dalam tim tersebut, praktikan Praktikan umumnya lebih banyak terlibat dalam kegiatan media relations, meskipun terkadang juga membantu pekerjaan anggota tim lain yang memerlukan dukungan. Jumlah anggota tim bisa bertambah sesuai dengan skala acara yang akan diselenggarakan atau jika ada klien yang membutuhkan jasa dari PT Agrakom. Hampir seluruh proyek yang dijalankan Agrakom untuk kliennya berkaitan dengan media, sehingga media relations memiliki peran dan fungsi yang sangat penting dalam setiap proyek yang dikelola oleh AgrakomPR. Kegiatan humas mencakup pelaksanaan program kerja yang telah dirancang untuk melayani kepentingan organisasi serta publik, termasuk tindakan organisasi yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat. Selain itu, humas juga bertugas merencanakan dan menjalankan program komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pandangan publik. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat berfokus pada usaha membangun hubungan yang harmonis, menciptakan citra yang positif, serta mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya. (Rika Widianita, 2023). Tujuan utamanya adalah meningkatkan visibilitas perusahaan dan membangun reputasi yang baik. Tugas media relations di Agrakom meliputi pembuatan atau penerjemahan siaran pers, distribusi siaran pers, pengiriman undangan saat klien mengadakan acara, melakukan tindak lanjut dengan media setelah mengirim undangan atau siaran pers, pemantauan media, pemeliharaan media sosial, menjadi penghubung antara klien dan media, menjalin serta membangun hubungan dengan media, memperbarui daftar media, menjaga hubungan baik dengan media, dan yang paling penting adalah berusaha sebaik mungkin untuk memenuhi semua kebutuhan informasi media. AgrakomPR juga untuk mengundang media – media dan juga organisasi yang berfokus pada travel umroh untuk mengikuti media gathering terkait pembahasan untuk mempromosikan hotel Bintang lima tersebut yang berada di Madinah, Arab Saudi. Oleh karena itu praktikan ditugaskan seperti yang dijelaskan diatas. 3 4 Public Relations sebagai pendekatan yang sangat strategis dengan menggunakan

konsep-konsep komunikasi (Kasali, 2005:1), Atau juga pemaknaan yang dikemukakan Moore (2004 3 6) yang memandang bahwa Public Relations sebagai filsafat sosial dan manajemen. 3 4 6 8 Karena itu ia dinyatakan dalam 25 kebijaksanaan beserta pelaksanaannya yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya. 3 Juga berusaha memperoleh saling pengertian dan itikad baik (Moore, 2004:6). Dengan demikian, dari definisi-definisi di atas, dapat ditarik pengertian mengenai cara kerja Public Relations, yaitu sebagai sebuah aktivitas atau kegiatan kehumasan, baik pada sektor swasta maupun pemerintah. 1 2 8 Dari keseluruhan tugas-tugas yang dijabarkan tersebut, praktikan tidak melakukan kegiatan media monitoring seperti membuat kliping berita, karena di Agrakom, media monitoring bukan bagian dari pekerjaan Agrakom namun memiliki divisi tersendiri meskipun tetap berada dalam ranah public relations dan tetap dalam pengawasan Maya selaku Senior Advisor. Media monitoring AgrakomPR terdiri dari enam anggota, yang akan menyalurkan seluruh kebutuhan data berita dari keseluruhan klien yang ditangani oleh tim konsultan yang ada di AgrakomPR. 1 2 Seluruh kegiatan pertukaran data dan informasi di Agrakom ini dilakukan melalui penggunaan server utama, dimana seluruh data dari setiap laptop karyawan AgrakomPR akan terhubung ke dalam server utama, sehingga setiap orang dapat mengakses data yang diperlukan secara langsung dan cepat. Dalam melakukan pekerjaan menjadi public relations praktikan memiliki beberapa pekerjaan seperti : 1. Membuat Daily Report Membuat daily report atau laporan harian adalah sebuah keharusan yang dilakukan setiap harinya oleh praktikan untuk mengkategorikan artikel-artikel yang sesuai dengan nilai-nilai dari perusahaan klien AgrakomPR ini. Laporan harian ini menjadi instrumen penting dalam mengukur kinerja karyawan dan memberikan gambaran tentang aktivitas serta pencapaian perusahaan setiap hari. Laporan harian tidak hanya bermanfaat bagi manajemen perusahaan, tetapi juga bagi tim dan membuatnya menjadi lebih mudah. Dengan membuat laporan harian, praktikan dapat mencatat tugas-tugas yang telah dikerjakan, waktu yang dibutuhkan

untuk menyelesaikannya, serta masalah yang dihadapi. Praktikan mengerjakan daily report yang dikirimkan setiap hari nya melalui email outlook klien ke email tim praktikan dan 26 praktikan harus memilah setiap berita atau konten untuk disatukan kedalam tabel yang sudah dibuat untuk memudahkan tim dan praktikan untuk menganalisis. Konsistensi dalam mengerjakan daily report sangatlah penting dikarenakan praktikan diminta untuk selalu tepat waktu dalam mengerjakan daily report dan juga harus lengkap komponen – komponen yang diminta, lalu kefokuskan juga sangat menjadi kunci utama dalam mengerjakan daily report dikarenakan dalam mengerjakan daily report tersebut harus menginput data atau gambar yang harus sesuai dan yang terakhir adalah mengatur waktu dikarenakan setelah mengerjakan daily report akan langsung diserahkan kepada media hari itu juga.

2. Mencari Kontak Kampus di Indonesia Gambar 3.2 Gambar List of University Indonesia Saat mulai kerja profesi pada bulan agustus praktikan mendapatkan tugas untuk mencari data terkait daftar kampus – kampus untuk mengadakan roadshow oleh brand oriflame untuk mempromosikan ke mahasiswa/mahasiswi di 5 kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Bali, Makassar. Praktikan mencari informasi terkait universitas seperti nama universitas, Alamat universitas, email, nomor telepon dari humas universitas, dan fakultas yang memungkinkan untuk diadanya roadshow oriflame. Bukan hanya universitas namun sekolah tinggi dan juga politeknik masuk kedalam list of university oriflame yaitu :

1. Jakarta : 17 Universitas di Jakarta, 4 Sekolah tinggi di Jakarta, dan juga 3 Institut.
2. Surabaya : 23 Universitas di Surabaya, dan 1 Institut.
3. Medan : 22 Universitas dan 1 Institut
4. Bali : 14 Universitas, 3 Politeknik Bali, dan juga 1 Institut
5. Makassar : 17 Universitas Makassar, 4 Politeknik, dan juga 2 Sekolah tinggi

Pada tahun 2025, Oriflame melanjutkan program "Goes to Campus" dengan mengunjungi berbagai kampus di Indonesia, seperti UNESA dan UI. Program ini dirancang untuk memperkenalkan konsep pembuatan cerita digital dan jiwa kewirausahaan kepada generasi muda. Melalui

pelatihan, mahasiswa diajarkan cara membangun citra diri di dunia maya, menciptakan konten yang menarik di berbagai platform digital, serta memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan bisnis. Acara ini juga dimeriahkan oleh para ahli di bidang konten kreatif seperti Cindy Silmina dan Fakhril Maulana yang berbagi pengalaman dan tips seputar pengembangan konten di era digital. (Agrakompr. 2024) Tidak hanya sebatas seminar, acara ini juga menyuguhkan beragam aktivitas seru. Mulai dari pemeriksaan kulit gratis hingga kesempatan menjadi bagian dari keluarga Oriflame. Antusiasme mahasiswa begitu terasa, terutama dalam hal menggali potensi media sosial untuk membangun karier sebagai konten kreator maupun wirausahawan. Dengan komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan, Oriflame menetapkan target ambisius pada tahun 2025. Semua produk bilas dan scrub akan menggunakan formula biodegradable yang bebas dari mikroplastik. Langkah ini merupakan upaya nyata Oriflame untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Lini produk Love Nature & Beautanicals menjadi pionir dengan menggunakan bahan-bahan alami yang ramah lingkungan. (Oriflame. 2023) Praktikan mendapatkan tugas untuk mencari universitas – universitas ini yang berada di Jakarta, Surabaya, Medan, Bali, Makassar dengan cara mencari informasi di website universitas masing - masing dengan target universitas yang menengah dikarenakan klien dari AgrakomPR merupakan usaha yang produk nya memiliki target anak – anak muda menengah. Daftar diatas adalah data yang diperoleh selama praktikan mengerjakan tugas tersebut dan nanti nya hanya akan diambil 50% dari data tersebut yang menjadi pilihan untuk roadshow pada awal januari 2025 sampai selesai. 3. Menghubungi Influencer untuk Kerja Sama 28

Gambar 3.3 Tangkapan Layar Menghubungi KOL Praktikan juga mendapatkan tugas untuk menghubungi influencer – influencer terkait PT. AgrakomPR memiliki klien yan ingin bekerja sama untuk mempromosikan suatu tempat dan membutuhkan Paid Media atau menggunakan jasa KOL (Key Opinion Leader) agar lebih luas dalam memasarkan tempat yang dimiliki oleh klien tersebut. Praktikan menghubungi sekitar 5 influencer yang

memiliki konsep konten yang sesuai dengan klien agar promosi yang di buat sesuai dengan yang klien mau. Jumeirah Hotels berencana untuk meluncurkan kampanye promosi untuk salah satu properti mewah mereka yang berlokasi di sekitar Madinah. Saat ini, Jumeirah lebih dikenal dengan hotel Jumeirah Jabal Omar di Makkah yang menawarkan pemandangan Masjid Al Haram yang spektakuler. Namun, ada kemungkinan bahwa Jumeirah akan memperluas jaringan hotel mewahnya ke kota-kota suci lainnya di Arab Saudi, seperti Madinah. (WebJumeirah.com). Jumeirah ingin bekerja sama dengan AgrakomPR untuk membantu nya mempromosikan hotel Bintang lima yang dekat dengan Madinah, Pihak Jumeirah meminta divisi public relations untuk membantu mencari 5 influencer Indonesia yang dalam kurung waktu dekat ini akan melaksanakan umroh ataupun telah melakukan ibadah haji. Praktikan mencari 5 influencer atau KOL seperti Amritsaraje, Cut Meyriska, Bilal Indrajaya, Dinda Hauw, Fadil Jaidi dengan menghubungi CP (Contact Person) yang berada di masing – masing bio Instagram merek a praktikan menanyakan terkait ratecard dari setiap influencer. 29 4.

Mencari Venue Untuk Media Meeting Gambar 3.4 Menghubungi pihak hotel terkait Venue Dalam melakukan kerja sama dengan klien, AgrakomPR membantu klien untuk mencari kebutuhan yang dibutuhkan oleh jumeirah dalam mempromosikan produk atau hal lainnya, disini praktikan diminta untuk menghubungi beberapa hotel di 3 kota seperti Jakarta, Surabaya, dan makassar, praktikan mencari informasi kontak terkait pihak hotel untuk di hubungi oleh praktikan. Saat setelah praktikan mendapatkan tugas untuk menghubungi influencer, praktikan diminta untuk mencari beberapa venue hotel di 3 kota dengan masing – masing kota praktikan diminta untu k mencari 3 hotel yang memiliki kapasitas yang dibutuhkan oleh Jumeirah sebagai klien dari AgrakomPR, Jumeirah ingin mengadakan media gathering di Jakarta, Surabaya, dan juga makassar. Praktikan mencari informasi kontak dari setiap hotel melalui website dari hotel tersebut dan praktikan. Jumeirah meminta AgrakomPR juga untuk mengundang media – medi a dan juga organisasi yang berfokus pada travel umroh untuk mengikuti

media gathering terkait pembahasan untuk mempromosikan hotel Bintang lima tersebut yang berada di Madinah, Arab Saudi. Oleh karena itu praktikan ditugaskan seperti yang dijelaskan diatas.

5. Mencari Venue Untuk Media Meeting Jumeirah 30 Gambar 3.4 Menghubungi pihak hotel terkait Venue Dalam melakukan kerja sama dengan klien, AgrakomPR membantu klien untuk mencari kebutuhan yang dibutuhkan oleh jumeirah dalam mempromosikan produk atau hal lainnya, disini praktikan diminta untuk menghubungi beberapa hotel di 3 kota seperti Jakarta, Surabaya, dan makassar, praktikan mencari informasi kontak terkait pihak hotel untuk di hubungi oleh praktikan. Saat setelah praktikan mendapatkan tugas untuk menghubungi influencer, praktikan diminta untuk mencari beberapa venue hotel di 3 kota dengan masing – masing kota praktikan diminta untuk mencari 3 hotel yang memiliki kapasitas yang dibutuhkan oleh Jumeirah sebagai klien dari AgrakomPR, Jumeirah ingin mengadakan media gathering di Jakarta, Surabaya, dan juga makassar. Praktikan mencari informasi kontak dari setiap hotel melalui website dari hotel tersebut dan pihak Jumeirah meminta divisi public relations untuk membantu mencarikan 5 influencer Indonesia yang dalam kurung waktu dekat ini akan melaksanakan umroh ataupun telah melakukan ibadah haji. Praktikan mencari 5 influencer atau KOL seperti Amritsaraje, Cut Meyriska, Bilal Indrajaya, Dinda Hauw, Fadil Jaidi dengan menghubungi CP (Contact Person) yang berada di masing – masing bio Instagram mereka praktikan menanyakan terkait ratecard dari setiap influencer.

6. Menghubungi Media 31 Gambar 3.5 Menghubungi media Sebagai seorang pr memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga citra suatu organisasi, perusahaan, atau individu. Salah satu tugas utama PR adalah menjalin hubungan yang baik dengan media. Media, baik cetak, elektronik, maupun digital, berperan sebagai jembatan antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, kemampuan PR dalam mengelola komunikasi dengan media sangat menentukan keberhasilan dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Praktikan sebelum menghubungi media harus terlebih dahulu mengenali media yang paling relevan dengan

organisasi atau klien yang mereka wakili. Tidak semua media memiliki audiens yang sama. Misalnya, jika praktikan ingin mempromosikan produk teknologi, maka media teknologi seperti portal berita teknologi atau majalah IT akan lebih efektif dibandingkan media umum. Selain itu, praktikan juga perlu mengetahui gaya peliputan dan format berita dari setiap media yang dituju. Praktikan selalu berkenalan dengan jurnalis – jurnalis, membangun hubungan jangka panjang dengan jurnalis, editor, dan pemimpin redaksi. Praktikan diberitahu oleh mentor untuk menjalin komunikasi yang positif dengan media, baik melalui pertemuan langsung, panggilan telepon, maupun media sosial. Hubungan yang baik dengan jurnalis dapat meningkatkan peluang berita yang dikirimkan oleh PR untuk diterbitkan atau disiarkan. Dan dalam era digital ini praktikan sebagai public relations dipermudahakan untuk menghubungi media – media melalui media sosial, email profesional dan lain – lain.

3.1.2. Pekerjaan Tambahan

3.1.2.1 Dokumentasi

Dalam menjalankan tugas profesi, seorang praktikan tidak hanya terpaku pada tanggung jawab yang terkait langsung dengan divisi Public Relations (PR). Terkadang, divisi lain juga membutuhkan bantuan dari praktikan, seperti dalam hal menginput data survei, loading barang untuk acara (event), dan tugas-tugas lainnya. Hal ini dikarenakan dalam 32 budaya kerja di AgrakomPR, terdapat prinsip saling membantu dan kolaborasi antar divisi. Jika ada proyek atau pendataan yang mengalami kesulitan dan tidak dapat diselesaikan hanya oleh satu divisi, divisi lain diharapkan untuk siap membantu. Prinsip ini muncul dari kesadaran bahwa setiap divisi memiliki keahlian dan sumber daya yang berbeda, dan dengan menggabungkan kekuatan masing-masing, perusahaan dapat mencapai hasil yang lebih optimal, Budaya saling membantu ini mencerminkan pentingnya kerja sama tim dalam mencapai tujuan bersama. Kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat penyelesaian proyek, dan mengurangi risiko kesalahan. Dalam konteks ini, praktikan memiliki kesempatan untuk belajar dan mengembangkan berbagai keterampilan di luar bidang PR, seperti keterampilan pengolahan

data, logistik, dan manajemen acara. Pengalaman ini akan sangat berharga bagi perkembangan karir praktikan di masa depan. Pentingnya kerja sama antar divisi juga didukung oleh fakta bahwa setiap divisi mungkin memiliki prioritas yang berbeda. **11** Misalnya, divisi PR mungkin fokus pada membangun citra positif perusahaan, sementara divisi pemasaran lebih fokus pada peningkatan penjualan. Dengan bekerja sama, kedua divisi dapat menyelaraskan tujuan mereka dan menciptakan strategi yang lebih efektif. Namun, kerja sama antar divisi juga dapat menimbulkan tantangan. **18** Salah satu tantangan utama adalah perbedaan prioritas antar divisi. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan perlu menciptakan mekanisme koordinasi yang efektif, seperti rapat rutin antar divisi atau penggunaan platform kolaborasi online. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pentingnya kerja sama tim dan cara berkomunikasi secara efektif. Dengan mengatasi tantangan ini dan memupuk budaya saling membantu, AgrakomPR dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan mencapai tujuan bisnisnya dengan lebih efektif. Oleh karena itu, kerja sama antara internal harus benar – benar baik. Adapun beberapa jobdesk yang diberikan kepada praktikan yaitu :

1. Dokumentasi Festival Old Shanghai Agung Sedayu Praktikan diminta untuk membantu divisi lain untuk mendokumentasikan acara yang diadakan oleh Agung Sedayu, dalam 33 hal ini praktikan mendokumentasikan acara dari awal hingga akhir untuk nantinya akan di publikasikan di media. Dengan adanya dokumentasi dapat membantu untuk menyimpan informasi atau sebagai bukti penting agar tidak hilang dan juga dokumentasi menjadi sarana komunikasi yang sangat efektif dikarenakan perusahaan dapat menyampaikan informasi kepada orang lain dengan jelas dan terstruktur. **12** Membantu pengambilan keputusan dokumentasi menyediakan data dan informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan yang tepat. Dengan menganalisis dokumentasi, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang suatu situasi dan memilih tindakan yang terbaik kedepannya. Menjadi bukti hukum dalam konteks hukum, dokumentasi seringkali digunakan sebagai bukti untuk mendukung suatu

klaim atau argumen. Dokumentasi yang lengkap dan akurat dapat menjadi alat yang kuat dalam menyelesaikan permasalahan jika terjadi. Meningkatkan efisiensi dengan mendokumentasikan prosedur dan proses kerja, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Hal ini dikarenakan karena setiap individu akan memiliki panduan yang jelas tentang apa yang harus dilakukan. Memfasilitasi pembelajaran dokumentasi dapat menjadi sumber belajar yang sangat berharga. Melalui dokumentasi, perusahaan dapat mempelajari tentang berbagai hal, mulai dari sejarah hingga ilmu pengetahuan. Praktikan diminta untuk mendokumentasikan jalannya acara dari awal hingga akhir, beberapa yang praktikan dokumentasikan sebagai berikut:

- a. Event Crowd Praktikan mendokumentasikan bagaimana event crowd yang ada di Festival Old Shanghai Agung Sedayu yang merupakan acara besar sekaligus peresmian wilayah old shanghai di Sedayu City dan menghadirkan beberapa penampilan yang membuat para tamu maupun Masyarakat tertarik untuk menonton festival tersebut.
- b. Registrasi Saat awal memulai sesi media meeting dan berbincang dengan narasumber secara close public, media harus melakukan registrasi dengan scan barcode untuk memudahkan panitia untuk memeriksa berapa media yang 34 datang ke media meeting sudah mencapai target atau belum. Praktikan mengambil foto dan video saat media melakukan registrasi sebelum masuk kedalam ruangan.
- c. Pembagian Snack Pastinya saat media melakukan liputan atau sedang mendengarkan paparan materi dari narasumber, Perusahaan yang terkait pasti menyediakan hidangan ringan atau cemilan saat sebelum narasumber melakukan paparan materi dikarenakan sebisa mungkin Perusahaan melayani media sebaik mungkin agar kerja sama yang dilakukan berjalan dengan lancar. Praktikan melakukan dokumentasi dan juga membantu membagikan snack untuk media yang datang.
- d. Casual ChitChat Setelah adanya paparan dari narasumber, media diberikan kesempatan untuk bertanya terkait materi yang sedang di bahas kepada narasumber, praktikan saat ini mengambil video saat narasumber menjawab pertanyaan dan saat media bertanya.
- e. Bertanggung Jawab Atas Media Praktikan melakukan penjemputan media di tempat yang sudah di

tentukan dan mengantar media ke tempat Dimana adanya acara tersebut, praktikan juga bertanggung jawab untuk mengantar pulang media ke tempat drop point yang sudah ditentukan. 2. Dokumentasi Event INASCRS

Dokumentasi adalah salah satu kegiatan yang dilakukan untuk Bukti berjalan nya acara atau kegiatan yang diadakan, praktikan diminta untuk mendokumentasikan acara saat berlangsung dari awal mula acara, acara berlangsung dan akhir acara. Dokumentasi juga bisa menjadi bahan evaluasi kedepan nya agar perusahaan dapat melihat secara langsung apa saja kesalahan – kesalahan yang terjadi agar dapat ditingkatkan kedepannya. Adapun n acara yang prsktiksn dokumentasi kan sebagai berikut: a. Press Conference

Press Conference adalah sebuah kegiatan dimana 35 organisasi atau individu mengundang media atau jurnalis untuk mendapatkan publikasiterkait acara atau event yang di buat oleh organisasi atau individu tersebut. Dalam rangkaian press conference juga media dan jurnalis dapat melakukan tanya jawab yang nanti nya jawaban dari organisasi atau individu dapat dijadikan berita yang akan di publikasi kan. Saat acara dimulai tentang sambutan – sambutan dari narasumber yang menjadi pembicara praktikan mengantar media dari ruangan vip menuju ke ballroom Dimana acara diadakan, dan di dalam ballroom praktikan mendokumentasikan berjalan nya acara dari awal hingga akhir. Dokumentasi diperlukan untuk membuat laporan terkait acara tersebut dan juga untuk dipublikasi kan ke sosial media Perusahaan AgrakomPR.

b. Media Meeting

Setelah press conference media di arahkan untuk keruangan vip untuk melakukan tanya jawab dengan dokter – dokter yang menjadi narasumber sebelumnya dan di sana juga praktikan melakukan dokumentasi saat media sedang tanya jawab. Hal ini diminta oleh divisi lain untuk membantu mendokumentasi kan seluruh acara saat sedang berjalan dikarenakan praktikan memiliki device yang mendukung hal tersebut untuk dikerjakan. Hal ini menjadi pengalaman yang baru bagi praktikan dikarenakan praktikan berfikir hal tersebut bukan pekerjaan yang termasuk kedalam bidang kerja public relations. Hal tersebut menambah pengalaman dan juga pengetahuan

praktikan tentang pekerjaan menjadi seorang public relations sangatlah luas. 9 3.3

Kendala Yang Dihadapi Selama menjalani kegiatan kerja profesi, seorang praktikan pasti akan menghadapi berbagai kendala yang membutuhkan 36 adaptasi dan penyesuaian. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh praktikan adalah memahami hirarki organisasi yang baru dan dinamika yang kompleks di dalamnya. Proses adaptasi ini membutuhkan waktu, kesabaran, dan kemauan untuk belajar dari lingkungan sekitar. Hirarki organisasi adalah struktur yang menunjukkan hubungan otoritas dan tanggung jawab antar individu atau kelompok dalam sebuah organisasi. Memahami hirarki organisasi sangat penting karena memengaruhi cara komunikasi, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan tugas. Dalam organisasi yang baru, praktikan perlu mengidentifikasi siapa saja yang memiliki peran penting, bagaimana alur informasi berjalan, dan bagaimana keputusan dibuat. Selain itu, dinamika organisasi juga dapat menjadi tantangan bagi praktikan. Dinamika organisasi adalah pola interaksi dan hubungan antar individu atau kelompok dalam organisasi. Dinamika ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan perubahan lingkungan eksternal. Praktikan perlu memahami dinamika organisasi untuk dapat berinteraksi secara efektif dengan rekan kerja, berpartisipasi dalam diskusi, dan memberikan kontribusi yang berarti bagi organisasi. Untuk mengatasi kendala ini, praktikan dapat mengambil beberapa langkah adaptasi. Salah satunya adalah dengan mencoba terlibat langsung dalam acara (event) yang sedang berjalan. Dengan mengikuti event, praktikan dapat melihat secara langsung bagaimana organisasi beroperasi, berinteraksi dengan berbagai pihak, dan menghadapi tantangan yang muncul. Selain itu, praktikan juga dapat membangun hubungan dengan rekan kerja dari berbagai divisi, yang akan mempermudah proses adaptasi di masa depan. Kendala lain yang sering dihadapi oleh praktikan adalah tugas-tugas baru yang belum pernah dikerjakan sebelumnya. Kurangnya pengalaman dapat membuat tugas-tugas ini terasa sulit dan menantang. Namun, praktikan tidak perlu berkecil hati. Setiap tugas baru adalah kesempatan untuk belajar dan mengembangkan

keterampilan baru. Untuk mengatasi kendala ini, praktikan dapat meminta bantuan dan bimbingan dari rekan kerja yang lebih berpengalaman. **19** Jangan ragu untuk bertanya jika ada hal yang 37 tidak dimengerti. **14** Selain itu, praktikan juga dapat mencari sumber informasi tambahan, seperti buku, artikel, atau pelatihan online. Dengan belajar secara mandiri dan aktif mencari solusi, praktikan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas-tugas baru. Selain itu, penting bagi praktikan untuk memiliki sikap positif dan proaktif. **21** Jangan takut untuk mengambil inisiatif dan mencoba hal-hal baru. Dengan menunjukkan kemauan untuk belajar dan berkembang, praktikan dapat membuktikan nilai diri dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi organisasi. Namun, perlu diingat bahwa proses adaptasi membutuhkan waktu. Tidak semua hal dapat dipahami dan dikuasai dalam waktu singkat. Praktikan perlu bersabar dan terus berusaha untuk meningkatkan diri. Dengan kerja keras dan dedikasi, praktikan dapat mengatasi kendala yang dihadapi dan meraih kesuksesan dalam kegiatan kerja profesi. **15** Selain itu, praktikan juga perlu menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Jangan sampai pekerjaan mengganggu kesehatan fisik dan mental. Luangkan waktu untuk beristirahat, berolahraga, dan melakukan aktivitas yang menyenangkan. Dengan menjaga keseimbangan, praktikan dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi risiko burnout.

3.3.1

Kendala Umum Praktikan

Kendala umum yang praktikan dapat selama melakukan kerja profesi menjadi seorang public relations adalah hal yang sangat membuat praktikan menjadi kesulitan dalam bekerja, dikarenakan tuntutan kerja yang mengharuskan praktikan menyelesaikan apa yang diminta oleh atasan atau mentor dari praktikan, Adapun kendala atau kesulitan yang didapat oleh praktikan sebagai berikut :

38 a) Kesulitan dalam menghubungi Influencer Ketika mendapatkan tugas untuk menghubungi influencer, praktikan seringkali menghadapi tantangan dalam memperoleh respons dari mereka. Tidak semua influencer memberikan balasan dengan cepat, bahkan ada yang tidak merespons sama sekali. Hal ini dapat menghambat proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemasaran. Untuk mengatasi kendala

ini, praktikan perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif. Langkah pertama yang praktikan lakukan yaitu memastikan pesan yang disampaikan jelas, singkat, dan relevan bagi influencer. Lalu praktikan menjelaskan secara rinci mengenai tujuan kerjasama, manfaat yang akan diperoleh influencer, dan tenggat waktu yang diharapkan. Lalu yang kedua praktikan menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti email, pesan langsung di media sosial, atau bahkan telepon, untuk meningkatkan peluang mendapatkan respons. Dan yang terakhir bersabar dan terus berusaha menghubungi influencer secara berkala, sambil tetap menghormati waktu dan privasi mereka. Dengan strategi yang tepat, praktikan dapat meningkatkan tingkat respons dari influencer dan membangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan.

b) Keterbatasan dalam mencari data – data Pada awal penugasan praktikan dalam kerja profesi, praktikan mendapat tugas untuk mengumpulkan data universitas di lima kota besar Indonesia, yaitu Jakarta, Surabaya, Medan, Bali, dan Makassar. Namun, praktikan menghadapi kendala karena beberapa kota memiliki jumlah universitas yang terbatas dan media sosial yang kurang aktif. Keterbatasan ini menyulitkan praktikan dalam memperoleh informasi yang komprehensif dan terkini mengenai universitas-universitas tersebut. Akibatnya, praktikan harus mencari cara alternatif untuk mengumpulkan data, seperti menghubungi universitas secara langsung atau mencari sumber informasi lain yang relevan. Tantangan ini menuntut praktikan untuk berpikir kreatif dan gigih dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

c) Kesulitan dalam mengundang media untuk datang Media memegang peranan krusial dalam dunia Public Relations (PR). Namun, praktikan seringkali menghadapi tantangan dalam memastikan kehadiran media pada acara yang diselenggarakan oleh klien untuk tujuan peliputan. Meskipun sudah dilakukan undangan dan konfirmasi, tidak jarang media berhalangan hadir karena berbagai faktor. Praktikan mengambil pendekatan proaktif dengan menghubungi satu per satu perwakilan media untuk menanyakan kepastian kehadiran mereka. Upaya ini memerlukan kesabaran, ketekunan, dan kemampuan komunikasi yang baik. Praktikan

berusaha membangun hubungan personal dengan perwakilan media, menjelaskan pentingnya acara tersebut, serta meyakinkan mereka bahwa peliputan acara akan memberikan nilai tambah bagi audiens mereka. Dengan menjalin komunikasi yang intensif, praktikan berharap dapat meningkatkan tingkat kehadiran media dan memastikan acara mendapatkan eksposur yang maksimal.

3.4 Cara Mengatasi Kendala Pastinya saat melakukan kegiatan kerja profesi atau magang semua orang pasti mengalami Namanya kendala yang memiliki sekala berbeda – beda dan juga pastinya setiap individu memiliki cara nya a masing – masing untuk mengatasi kendala tersebut. Dalam kerja profes i ini praktikan terkadang mengalami kendala - kendala yang tidak cukup besar atau beresiko seperti adaptasi ke lingkungan yang benar – bena r bekerja langsung dan tidak ada main – main, lalu kendala terkai t tugas – tugas yang sebelum nya praktikan tidak pernah dapat jad i praktikan harus belajar lagi 40 cara mengerjakan tugas tersebut. Praktikan mengatasi kendala – kendala yang ada saat melakukan kerja profes i dengan cara bertanya Ketika memang praktikan sudah mengalami kesulitan terkait tugas yang dirasa sangat sulit, lalu praktikan menyesuaikan diri lagi Ketika adanya hal – hal baru yang praktikan ketahui terkait duni a pekerjaan, dan praktikan juga berkomunikasi Ketika ada beban pekerjaan yang melebihi kapasitas dari praktikan dikarenakan praktikan juga harus mengerjakan laporan kerja profesi. Mengatasi kendala yang dialami oleh praktikan seperti yang sudah dijelaskan diatas, praktikan memiliki beberapa cara sebagai berikut : a) Mengatasi kendala menghubungi influencer Dalam situasi tertentu, praktikan dihadapkan pada tantangan untuk mencari influencer pengganti yang akan diajak bekerja sama dengan perusahaan. Fokus utama adalah menemukan influencer yang memiliki kriteria serupa dengan pilihan awal, serta mampu menyampaikan konsep yang sesuai dengan keinginan klien perusahaan. Proses ini memerlukan ketelitian dan kemampuan analisis yang baik. Praktikan harus kembali melakukan riset untuk mengidentifikasi influencer yang memiliki audiens, gaya komunikasi, dan nilai-nilai yang sejalan dengan merek atau produk yang dipromosikan.

Selain itu, penting untuk memastikan bahwa influencer tersebut memiliki rekam jejak yang baik dan tidak terlibat dalam kontroversi yang dapat merugikan citra perusahaan. Dengan menemukan influencer pengganti yang tepat, praktikan dapat memastikan kampanye pemasaran tetap berjalan efektif dan mencapai target yang diharapkan. b) Mengatasi kendala keterbatasan data – data universitas Dalam proses pengumpulan data universitas, praktikan seringkali menghadapi kendala dalam menemukan informasi yang relevan dan akurat. Mencari data universitas yang tepat, termasuk informasi mengenai fasilitas, program studi, dan data demografis mahasiswa, dapat menjadi tugas yang memakan waktu dan tenaga. Untuk mengatasi kendala ini, 41 praktikan mengambil inisiatif untuk berkolaborasi dengan mentor dan divisi lain di perusahaan. Dengan meminta bantuan dan bimbingan dari rekan kerja yang lebih berpengalaman, praktikan dapat memperoleh akses ke sumber informasi yang lebih luas dan strategi pencarian data yang lebih efektif. Kolaborasi ini juga membantu praktikan untuk mengidentifikasi universitas yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan klien, serta memastikan bahwa event yang diselenggarakan dapat mencapai target audiens yang diinginkan.. c) Mengatasi kendala kesulitan mengundang media untuk datang Salah satu tantangan yang sering dihadapi praktikan dalam kegiatan Public Relations (PR) adalah memastikan kehadiran media dalam acara (event) yang diselenggarakan. Meskipun sudah dilakukan undangan dan konfirmasi, terkadang beberapa media berhalangan hadir karena berbagai alasan. Untuk mengatasi kendala ini, praktikan harus proaktif mencari alternatif media pengganti. Praktikan melakukan riset kembali untuk mengidentifikasi media-media lain yang relevan dengan tema acara dan memiliki potensi untuk meliput kegiatan tersebut. Setelah menemukan kandidat pengganti, praktikan segera menghubungi mereka dan memastikan kesediaan mereka untuk hadir. Komunikasi yang efektif dan persuasif sangat penting dalam meyakinkan media untuk meliput acara, serta memastikan bahwa acara tersebut mendapatkan perhatian yang maksimal dari publik. 3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi 42 Dalam

melaksanakan kerja profesi selama kurang lebih 3 bulan di Perusahaan AgrakomPR (agrakompr) agency adalah bagaimana praktikan dihadapkan dengan bekerja sebagai public relations secara nyata dan juga profesional. Dalam hal ini praktikan juga melakukan banyak kegiatan – kegiatan yang sebelumnya praktikan tidak mengerti ataupun ketahui seperti bagaimana mengundang media – media, mentranslate lembar berita ataupun menghubungi influencer – influencer ternama. Dengan mempelajari hal tersebut praktikan mendapatkan banyak wawasan dan juga pengalaman terkait bekerja di dunia public relations. Dengan tujuan yang baik dan juga membentuk pribadi yang lebih siap untuk menghadapi dunia pekerjaan sesungguhnya. Dengan berbagai kendala yang dihadapi selama praktikan melakukan kerja profesi hal tersebut menjadi motivasi praktikan untuk membuatnya bukan menjadi penghambat dalam bekerja namun menjadi pembelajaran dan juga pengalaman yang menarik. Banyak nya hal yang dapat dijadikan pembelajaran praktikan kedepannya dan juga menjadi evaluasi diri dalam bekerja sebagai public relations. Setiap pekerjaan yang diberikan kepada praktikan memiliki bobot yang berbeda – beda seperti membuat list, menghubungi media, influencer dan individu – individu yang dibutuhkan oleh divisi praktikan bekerja, dengan bekal ilmu yang sudah praktikan dapat selama masa perkuliahan dari semester 1-6 menjadi hal yang sangat membantu praktikan dalam melaksanakan kerja profesi di Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki klien yang banyak. Dengan adanya permasalahan dan kendala yang dialami selama praktikan menjalani kerja profesi justru menjadi pemicu bagi praktikan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan inovatif. Dalam dunia kerja, kemampuan memecahkan masalah (problem solving) adalah aset yang sangat berharga. Praktikan dituntut untuk tidak hanya mengidentifikasi masalah, tetapi juga mencari solusi yang efektif dan efisien. Hal ini membutuhkan kemampuan berpikir analitis, kreatif, dan strategis. Berpikir kritis melibatkan kemampuan untuk menganalisis informasi secara objektif, mengidentifikasi asumsi yang mendasari suatu argumen, dan mengevaluasi bukti-bukti yang mendukung suatu klaim. **10** Sementara itu, berpikir

inovatif melibatkan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal, serta mencari cara-cara baru untuk memecahkan masalah. Salah satu cara efektif untuk memecahkan masalah adalah dengan bekerja sama dengan divisi lain. Kolaborasi antar divisi memungkinkan praktikan untuk mendapatkan perspektif yang berbeda dan memanfaatkan keahlian yang beragam. Setiap divisi memiliki fokus dan keahlian yang berbeda, sehingga dengan bekerja sama, praktikan dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang masalah yang dihadapi dan mencari solusi yang lebih holistik. Untuk memfasilitasi kolaborasi antar divisi, AgrakomPR secara rutin mengadakan rapat mingguan. Rapat ini menjadi wadah bagi setiap divisi untuk berbagi informasi, mengidentifikasi masalah yang dihadapi, dan mencari solusi bersama. Dalam rapat mingguan, setiap divisi berkesempatan untuk menyampaikan permasalahan yang dialami, serta berdiskusi dengan divisi lain untuk mencari solusi yang paling tepat. Rapat mingguan tidak hanya bermanfaat untuk memecahkan masalah, tetapi juga untuk membangun komunikasi dan koordinasi antar divisi. Dengan berkomunikasi secara terbuka dan teratur, setiap divisi dapat memahami prioritas dan tantangan yang dihadapi oleh divisi lain. Hal ini akan mempermudah proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan tugas, serta mengurangi potensi konflik antar divisi. Selain itu, rapat mingguan juga dapat menjadi ajang untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman. Setiap divisi dapat berbagi praktik terbaik (best practices) yang telah berhasil diterapkan, serta memberikan masukan dan saran kepada divisi lain. Dengan berbagi pengetahuan dan pengalaman, setiap divisi dapat belajar dari kesalahan dan keberhasilan divisi lain, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Namun, agar rapat mingguan dapat berjalan efektif, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama, rapat harus memiliki agenda yang jelas dan terstruktur. Setiap agenda harus memiliki tujuan yang spesifik dan terukur, serta dialokasikan waktu yang cukup untuk dibahas. Kedua, rapat harus dipimpin oleh seorang fasilitator yang mampu mengarahkan diskusi dan memastikan setiap peserta mendapatkan kesempatan untuk berbicara.

Ketiga, rapat harus menghasilkan tindakan nyata yang harus dilakukan oleh setiap divisi. Dengan mengadakan rapat mingguan secara rutin dan 44 terstruktur, AgrakomPR dapat memecahkan masalah secara efektif, membangun komunikasi dan koordinasi antar divisi, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman. Selain itu, bagi praktikan, rapat mingguan menjadi kesempatan yang berharga untuk belajar dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan inovatif.

45 BAB IV PENUTUP 3.6 Simpulan Kerja Profesi (KP) merupakan program pendidikan yang di laksanakan oleh seluruh mahasiswa semester 6 (enam) atau semester 7 (Tujuh) awal universitas Pembangunan jaya untuk dapat pengalaman bekerja secara langsung.

16 Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari pengalaman ini adalah sebagai berikut :

1. Praktikan mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana menjadi seorang public relations yang sebenarnya, mulai dari menghubungi media – media, mengadakan event, berinteraksi dengan orang luas. Pengalaman ini memberikan perspektif tentang cara menjadi seorang public relations yang berkualitas dan profesional.
2. Praktikan belajar mengenai pentingnya kerja sama antar tim, terutama dalam pekerjaan yang melibatkan banyak divisi, kerja sama yang efektif antar anggota atau divisi dapat mempermudah dan mendapatkan hasil yang memuaskan.
3. Melalui keterlibatan dalam berbagai kegiatan pr, praktikan mendapatkan pengalaman secara langsung dunia pekerjaan public relations suatu perusahaan.
4. Kerja profesi dalam perusahaan AgrakomPR telah memberikan praktikan wawasan yang luas mengenai pr di era digital melalui media sosial, penggunaan teknologi yang berinovatif dan meningkatkan kualitas perusahaan.

46 3.7 Saran Pada lembar laporan yang dibuat oleh praktikan mengenai kegiatan selama melakukan kerja profesi, praktikan memiliki saran dan juga masukan berdasarkan pengalaman yang praktikan sudah lakukan selama bekerja di Perusahaan AgrakomPR.

Berikut saran – saran yang dapat praktikan berikan yaitu :

3. Saran untuk PT.AgrakomPR Perusahaan AgrakomPR harus mengembangkan bakat – bakat yang sebenarnya berpotensi untuk lebih dari yang sudah ada sebelumnya. Dapat mengembangkan atau menerapkan teknologi – teknologi yang lebih memada

REPORT #27175139

i dalam pekerjaan seperti perangkat laptop dan kamera yang mendukung pekerjaan lebih mudah. Dapat mengembangkan strategi -strategi komunikasi public relations Perusahaan agar menjadi Perusahaan PR yang lebih inovatif dan kreatif. 4. Saran untuk Pengembangan Ilmu Komunikasi Memanfaatkan perkembangan digital seperti penggunaan AI sebagai public relations saat melakukan riset atau mengelola data dan juga menjadi perkembangan untuk ilmu komunikasi yang semakin berkembang dengan adanya digitalisasi.



REPORT #27175139

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	2.1% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/id/eprint/30938/1/FULTEX.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	2.04% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/4238/5/BAB%20II.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	1.22% digilib.uin-suka.ac.id https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/57636/1/Cyber%20Public%20Relation.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.71% repository.library-iaida.ac.id http://repository.library-iaida.ac.id/512/1/Zahro%27.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.6% repository.upnjatim.ac.id https://repository.upnjatim.ac.id/9632/8/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.38% repository.iainkediri.ac.id https://repository.iainkediri.ac.id/455/1/Kuliah%20Public%20Relation.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
7.	0.35% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1721/12/12.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.32% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/15400/7/7.%20BAB%20II_2018114KOM.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.29% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10552/13/BAB%20III.pdf	●



REPORT #27175139

INTERNET SOURCE		
10.	0.27% www.liputan6.com	●
	https://www.liputan6.com/feeds/read/5771705/cara-menyelesaikan-masalah-d...	
INTERNET SOURCE		
11.	0.25% impacta.id	●
	https://impacta.id/marketing/public-relations.html	
INTERNET SOURCE		
12.	0.22% www.liputan6.com	●
	https://www.liputan6.com/feeds/read/5875682/fungsi-dokumentasi-pengertian...	
INTERNET SOURCE		
13.	0.22% repository.upnjatim.ac.id	●
	https://repository.upnjatim.ac.id/13746/2/18051010058-bab1.pdf	
INTERNET SOURCE		
14.	0.18% www.guruabata.com	●
	https://www.guruabata.com/2023/05/kendala-guru-dalam-program-merdeka-b...	
INTERNET SOURCE		
15.	0.16% updateimun.id	●
	https://updateimun.id/artikel/cara-mengatasi-burnout-karena-stres-kerja-deng...	
INTERNET SOURCE		
16.	0.15% simppm.trisakti.ac.id	●
	https://simppm.trisakti.ac.id/public/data/laporan_pengabdian_internal/1464/03..	
INTERNET SOURCE		
17.	0.14% repository.fe.unj.ac.id	●
	http://repository.fe.unj.ac.id/5055/1/All%20Laporan%20PKL.pdf	
INTERNET SOURCE		
18.	0.11% pemerintahsetda.bulelengkab.go.id	●
	https://pemerintahsetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/75_kerjas..	
INTERNET SOURCE		
19.	0.11% www.detik.com	●
	https://www.detik.com/jateng/berita/d-7964033/250-isi-catatan-wali-kelas-untu..	
INTERNET SOURCE		
20.	0.11% eprints.upj.ac.id	● ●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8987/11/BAB%20I.pdf	



REPORT #27175139

INTERNET SOURCE

21. **0.1%** www.allstars.id

<https://www.allstars.id/blog/2024/04/14/menguak-rahasia-sukses-influencer-m...>



INTERNET SOURCE

22. **0.06%** repository.fe.unj.ac.id

<http://repository.fe.unj.ac.id/3970/1/LAPORAN%20PKL%20SALSABILA%20%288...>

