

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Dalam era globalisasi, manusia di tuntut untuk bisa beradaptasi dengan teknologi, kreatif dalam media digital, memiliki pemikiran yang maju dan berdaya saing tinggi. Terlebih saat ini bumi sedang dihadapi dengan virus Covid-19 yang tidak kunjung usai, berakibat pada penurunan perekonomian di Indonesia. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan besar dan juga UMKM yang terpaksa harus gulung tikar akibat pengaruh penurunan ekonomi. Badan Perencanaan dan Pengembangan Ketenagakerjaan (Barembang Naker) melakukan kajian mengenai dampak pandemi pada perusahaan, mendapatkan hasil bahwa sebanyak 40,6 persen responden mengatakan perusahaannya sangat merugi di masa pandemi covid. Sedangkan 47,4 persen responden lainnya menjawab merugi saja (Rahmadi, 2020). Banyak perusahaan yang merumahkan sementara karyawannya atau bahkan di PHK massal untuk mengurangi pengeluaran biaya agar perusahaan tersebut tetap bisa bertahan.

Persaingan di dunia kerja saat ini terbilang cukup ketat, perusahaan besar maupun kecil berlomba-lomba untuk bisa berfikir kreatif dan inovatif melalui media digital. Instansi – instansi membutuhkan sumber daya manusia yang berintelektual, dapat berfikir kreatif, berinovatif, kemudian juga dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Selain itu, dibutuhkan juga keterampilan dan kecekatan dalam pekerjaan, dikarenakan zaman sekarang yang dibutuhkan adalah kecepatan dalam berinovasi agar dapat mengikuti tren di dunia digital (Austin, 2020).

Maka dari itu, untuk membentuk sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan khusus, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan seluruh mahasiswa nya untuk melakukan kegiatan Kerja Profesi, bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Sebelum melakukan kegiatan Kerja Profesi, setiap mahasiswa dibekali oleh pengetahuan serta

teori yang sesuai dengan program studi dan minat masing-masing, untuk memasuki dunia kerja setelah lulus dari Universitas.

Pada Fakultas Humaniora dan Bisnis, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, tidak hanya diberikan teori namun juga praktik-praktik yang mengharuskan mahasiswa berhubungan dengan pihak eksternal. Hal tersebut melatih kemampuan komunikasi, tanggung jawab, serta profesionalisme dalam menghadapi dunia pekerjaan yang semakin ketat. Selain itu juga dapat memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari di bangku kuliah. Kerja Profesi merupakan mata kuliah wajib yang harus diikuti bagi seluruh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Program Studi Ilmu Komunikasi. Kerja Profesi dilaksanakan dengan bobot 3 Sistem Kredit Semester (SKS), kegiatan Kerja Profesi dilakukan selama 3 bulan dengan minimal 400 jam waktu kerja.

Universitas Pembangunan Jaya memiliki Pogram Studi Ilmu Komunikasi dengan minor *public relations*. *Public relations* sendiri di artikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2011). Sebagai mahasiswa *public relations*, praktikan harus mengikuti tren-tren yang ada di masyarakat sesuai dengan perkembangan zaman. Praktikan juga mempelajari ilmu-ilmu dasar menjadi seorang PR yang baik dan benar yang didapatkan di perkuliahan. Praktikan juga harus mempelajari perkembangan humas di era 4.0, agar dapat menerapkannya di dunia pekerjaan.

Perusahaan membutuhkan seorang PR sebagai jembatan antara publik dengan perusahaan, bidang kerja PR juga bukan hanya sekedar menjadi penengah. PR memiliki berbagai macam kepentingan untuk perusahaan dan publiknya, seperti merancang strategi untuk setiap program yang dijalankan PR, menganalisis opini yang disampaikan oleh publik untuk perusahaan. Kemudian, merencanakan seluruh kegiatan yang berhubungan langsung dengan media dan publik. PR juga harus memiliki kemampuan untuk menulis dan mengedit, menyusun sebuah naskah,

membuat *press release*, mempersiapkan *press conference*. Selanjutnya, PR juga harus mengantisipasi dan menyusun strategi ketika perusahaan terlibat krisis. Masih banyak kegiatan yang dilakukan oleh seorang PR yang berhubungan dengan media, publik, serta perusahaan (Tysara, 2021).

Seiring berkembangnya zaman dari masa ke masa, PR harus bisa menyesuaikan dengan kondisi yang ada di masyarakat. Pada kondisi pandemi saat ini, masyarakat sering kali mendapatkan informasi-informasi yang tidak benar atau *hoax*, yang membuat kepanikan di antara masyarakat tersebut. Disinilah peran PR yang harus meminimalisir kepanikan serta kesalahpahaman informasi di masyarakat, melalui program-program PR. Kemudian, PR juga harus beradaptasi di tengah pandemi, dengan membuat kegiatan-kegiatan yang berlangsung secara *online* maupun *offline*, atau kegiatan PR *hybrid* (Fisip Unmul, 2021) .

Jika sebelumnya kegiatan PR dilakukan secara *offline*, kini PR harus membuat program-program secara daring atau *online*, untuk mengurangi penyebaran virus covid-19. PR harus bisa memaksimalkan teknologi digital untuk dapat mewujudkan kegiatan-kegiatan tersebut. Melihat kondisi perusahaan-perusahaan yang terdampak dari penurunan perekonomian saat pandemi. Perusahaan memanfaatkan teknologi dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, YouTube, Twitter, dan Tiktok untuk membuat sebuah konten-konten kreatif yang dapat menjangkau khalayak banyak. Dengan adanya media sosial tersebut, muncullah artis-artis media sosial sesuai dengan masing-masing *platform*. Contohnya seperti *youtubers*, *celebgram*, dan *tiktokers* atau juga bisa disebut sebagai *influencers*. Mereka merupakan seseorang yang memiliki pengaruh besar untuk mempengaruhi orang lain dengan kemampuan yang dimilikinya. Kemampuan yang dimaksud adalah hubungan mereka dengan pengikutnya, pengetahuan yang dimiliki, posisi dan juga otoritas. (Garjito, 2020).

Adapun perbedaan antara *influencers* dengan KOL, yakni dari segi profesi, KOL merupakan seseorang yang memiliki keahlian khusus dibidangnya, namun aktif menggunakan media sosial dan memiliki *followers* banyak. KOL memiliki pekerjaan utama lain, sedangkan *influencers* memang seseorang yang pekerjaannya utamanya adalah menjadi

*influencers*. Contohnya seperti *Chef Arnold*, beliau memiliki pekerjaan utama sebagai *chef* dan juga memiliki usaha dibidang makanan, namun beliau memiliki media sosial dengan pengikut yang cukup banyak. bisa dikatakan *Chef Arnold* adalah KOL yang memiliki kerja sampingan sebagai *influencers* (partipost, 2020).

Ada 4 macam tingkatan atau kriteria KOL yang dapat dijelaskan dengan melihat kuantiti *followers* sosial media dari KOL tersebut, yakni *nano*, *micro*, *macro*, dan *mega*. Dimulai dari yang terendah yaitu *nano* KOL yang memiliki pengikut di bawah 10 ribu, lalu dilanjutkan dengan *micro* KOL yang mempunyai pengikut di atas 10 ribu hingga 100 ribu. Selanjutnya *macro* KOL memiliki pengikut di atas 100 ribu hingga 1 juta. Kemudian, terakhir adalah *mega* KOL yang memiliki pengikut di atas 1 juta (Hestianingsih, 2019).

KOL tersebut biasanya dinaungi oleh sebuah manajemen atau agensi, yang berguna untuk memamanajemen kegiatan yang dilakukan KOL. KOL manajemen sendiri merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan untuk mengatur kegiatan pemasaran mereka dengan cara menggunakan jasa *key opinion leader*, untuk menyampaikan pemasaran perusahaan tersebut kepada audiens (Oliver, 2021). Salah satu perusahaan yang mengatur kegiatan pemasaran menggunakan jasa KOL adalah PT. Kreatif Media United. Perusahaan yang biasa disebut sebagai CMU tersebut merupakan perusahaan yang membantu para klien untuk mengatur pemasaran secara digital menggunakan jasa KOL.

Dengan latar belakang yang telah diuraikan, praktikan membuat judul Laporan Kerja Profesi "**KEGIATAN DIVISI BUSINESS COMMUNITY PADA AGENCY PT. KREATIF MEDIA UNITED (CMU)**" Melalui laporan kerja yang dilakukan praktikan, praktikan akan menjelaskan bagaimana kegiatan kerja sebagai *business community* KOL. Bagaimana cara menghadapi kendala-kendala yang ada di *internal* maupun *eksternal* selama melaksanakan kerja profesi.

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

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

Adapun maksud dari Kerja Profesi yang telah dilakukan oleh mahasiswa, antara lain :

1. Untuk mendapatkan pengetahuan, pengalaman, serta wawasan baru bagi mahasiswa mengenai dunia pekerjaan yang sesungguhnya.
2. Untuk melatih keterampilan dan profesionalisme dalam melakukan pekerjaan sebelum memasuki dunia kerja.
3. Untuk mempraktikkan ilmu pengetahuan akademis yang telah di pelajari dalam perkuliahan pada dunia kerja.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi**

Adapun tujuan dari Kerja Profesi yang telah dilakukan oleh mahasiswa, antara lain :

1. Mendapatkan pengetahuan, wawasan, pengalaman, keterampilan, kemampuan dalam dunia kerja.
2. Menerapkan teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan dalam dunia kerja sesuai bidang ilmu komunikasi.
3. Melatih kemampuan mahasiswa untuk membentuk strategi, menghadapi masalah, serta mencari solusi untuk memecahkan masalah tersebut.
4. Menjalin hubungan baik antara Instansi Kerja Profesi dengan Universitas Pembangunan Jaya.

## **1.3 Kegunaan Kerja Profesi**

### **1.3.1 Bagi UPJ**

- a. Mendapatkan masukan atau umpan balik dalam penyempurnaan kurikulum program studi sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman, masyarakat, serta pembangunan pada umumnya.
- b. Membina dan memperluas jaringan kerjasama antara UPJ dengan pihak-pihak eksternal instansi atau perusahaan terkait.
- c. Memberikan masukan dalam mewujudkan konsep *link and match* dunia pendidikan dan industri, serta

meningkatkan kualitas layanan pada *stakeholders*.

### 1.3.2 Bagi Mahasiswa

- a) Mendapatkan ilmu yang diperoleh selama melakukan kerja profesi dan dapat mengimplementasikan ilmu yang telah di pelajari pada saat perkuliahan.
- b) Mendapatkan pengalaman yang berharga dan bermanfaat bagi praktikan di dunia kerja sesungguhnya. Praktikan dapat menerapkan pengetahuan, sikap dan keterampilan untuk menjadi bekal bagi praktikan sebelum memasuki dunia pekerjaan.
- c) Dapat berkomunikasi secara efektif dan profesional kepada pihak internal maupun eksternal sesuai dengan tuntutan profesi pekerjaan.

### 1.3.3 Bagi Instansi Perusahaan

- a) Menjalin hubungan dan relasi baik bagi perusahaan dan universitas.
- b) Memberikan keuntungan kerja sama bagi pihak-pihak yang terlibat.
- c) Menjadi salah satu realisasi tanggung jawab pada kelembagaan.

## 1.4 Tempat Kerja Profesi

*Creative Media United* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *digital marketing* atau *Agency Key Opinion Leader Management* (KOL Manajemen). *Creative Media United* menyediakan KOL dari berbagai kategori untuk para *brand* yang ingin membuat sebuah program, *event*, ataupun *campaign*. *Creative Media United* di resmikan sejak tahun 2017 yang berlokasi di Thamrin City, 6<sup>th</sup> Floor, JL. Thamrin Boulevard, Central Jakarta, 10230.

Selama melakukan kerja profesi di *Creative Media United*, praktikan bekerja di bagian divisi *business community KOL* melakukan tugas riset, *listing*, menghubungi, melakukan negosiasi harga pada KOL, serta menganalisa *insight* konten KOL. Praktikan memegang beberapa *brand* yang melakukan sebuah *project* atau *campaign* baru yang nantinya akan menjalin kerja sama dengan KOL. Praktikan bekerja dari tanggal 14 Juni hingga 10 September, mulai dari hari Senin hingga Jumat pukul 10.00 – 17.00 WIB. Pada 2 minggu awal melakukan kerja profesi secara *Work*

*From Office* (WFO) setiap hari Senin dan Jumat. Minggu ke tiga dan selanjutnya, praktikan bekerja secara *Work From Home* (WFH) dikarenakan kenaikan jumlah positif virus corona dan kebijakan pemerintah yakni PPKM.

Praktikan memilih *Creative Media United* dikarenakan memiliki ketertarikan pada industri *agency* KOL. Praktikan sudah lama mengamati industri agensi dan ingin mendapatkan ilmu pengetahuan lebih mengenai industri KOL. Selain itu, *Creative Media United* menjadi tempat yang tepat untuk praktikan bekerja dikarenakan perusahaan memiliki citra dan latar belakang yang cukup baik. Dibangun oleh *founder-founder* yang ahli dalam bidang industri KOL yakni Raditya Dika dan Harris Kritanto. Kemudian, praktikan memilih perusahaan PT. Kreatif Media United sebagai tempat Kerja Profesi dikarenakan ingin mengetahui kegiatan divisi *business community* KOL yang di terapkan pada perusahaan.

Berikut data dan informasi singkat mengenai perusahaan tempat pelaksanaan Kerja Profesi :

Nama instansi	: PT. Kreatif Media United
Alamat	:Thamrin City, 6 <sup>th</sup> Floor, JL. Thamrin Boulevard, Central Jakarta, 10230.
Telepon	: 0813-3777-46565
Email	: sales@cmu.email
Divisi	: KOL ( <i>Key Opinion Leader</i> )

Praktikan berharap dengan melakukan kerja profesi di PT. Kreatif Media United dapat mendapatkan ilmu dan pengalaman baru di bidang *digital marketing* dan juga divisi KOL. Kemudian, praktikan berharap dapat membangun relasi terhadap rekan-rekan yang bekerja di *Creative Media United* dan dapat menjalin hubungan yang baik dengan rekan kerja di *Creative Media United*.

## 1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

**Tabel 1.1 Timeplan Kerja Profesi**

NO.	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Ags	Sep	Okt
1.	Membuat CV dan Portofolio	■						
2.	Mengirim CV dan Portofolio ke Indomaret		■					
3.	Mengirim CV dan Portofolio ke Tokopedia		■					
4.	Mendapatkan tawaran magang di CMU		■					
5.	Mengirim CV dan Portofolio ke CMU		■					
6.	Melakukan wawancara Online Tahap 1 CMU							
7.	Melakukan wawancara Offline Tahap 2 CMU			■				
7.	Diterima di CMU			■				
8.	Mengajukan formulir kerja profesi			■				
9.	Perkenalan di CMU			■				
10.	Pelaksanaan KP : 65 hari dan 455 jam			■	■	■	■	■
11.	Bimbingan KP						■	■
12.	Pembuatan laporan KP						■	■
13.	Pengumpulan laporan KP							■

Dalam melakukan kerja profesi, praktikan mempersiapkan data dan berkas yang dibutuhkan sebelum melaksanakan Kerja Profesi. Praktikan melampirkan transkrip nilai dari semester 1 (satu) hingga semester 6 (enam) sebagai syarat mengikuti mata kuliah Kerja Profesi dan pelengkapan berkas Kerja Profesi. Kemudian, pada bulan April praktikan mempersiapkan CV dan portofolio untuk pengajuan kepada beberapa perusahaan melalui *website* dan *email*. Pada bulan Mei 2021, praktikan mulai mencari dan mengajukan permohonan magang yang berhubungan dengan *public relations* di beberapa perusahaan seperti Indomaret dan Tokopedia. Namun, sebagian besar *email* tidak memberikan *feedback* kepada praktikan. Kemudian pada bulan Mei, praktikan mendapatkan tawaran bekerja di PT. Kreatif Media United, kemudian praktikan segera mengirimkan CV dan Portofolio melalui *email*, setelah itu melakukan wawancara tahap pertama secara *online* pada tanggal 20 Mei 2021.

Kemudian pada bulan Juni 2021 awal tepatnya pada tanggal 3 Juni 2021, praktikan mendapatkan panggilan wawancara tahap kedua dilakukan secara *offline* di kantor PT. Kreatif Media United yang bekerja di divisi *business community*. Praktikan melakukan wawancara langsung dengan HRD PT. Kreatif Media United dan pada hari itu juga praktikan di terima melakukan kerja profesi selama 3 bulan. Lalu, praktikan juga

melakukan *office tour* dan melakukan perkenalan dengan para karyawan PT. Kreatif Media United.

Setelah itu, praktikan mengurus formulir pengantar Kerja Profesi ke Program Studi Ilmu Komunikasi untuk diberikan ke perusahaan PT. Kreatif Media United. Kemudian, mahasiswa mengajukan surat pengantar Program Studi ke Perusahaan PT. Kreatif Media United dengan melampirkan surat lamaran serta *Ciriculum Vitae* (CV). Mahasiswa juga mengisi formulir pengajuan Kerja Profesi yang nantinya di tanda tangani oleh Dosen Pembimbing dan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi. Lalu, setelah di terima di tempat pelaksanaan Kerja Profesi, mahasiswa mengisi formulir penerimaan Kerja profesi kepada perusahaan PT. Kreatif Media United yang di tanda tangani oleh Pembimbing Kerja dan HRD.

Pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi dilakukan selama 3 (tiga) bulan 10 hari dimulai dari tanggal 14 Juni sampai dengan 10 September. Kerja Profesi dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jum'at pukul 10.00 sampai dengan 17.00 WIB. Total hari praktian melakukan kerja profesi adalah 65 hari, total waktu yang didapatkan yakni 455 jam. Kemudian dalam pelaksanaan kerja profesi, praktikan juga menyusun laporan kerja profesi ketika selesai melakukan kerja profesi. Kecuali, dalam mengerjakan laporan harian kerja profesi dilakukan secara bertahap atau menyicil, yakni menyusun tugas-tugas harian yang dikerjakan oleh praktikan.

Setelah selesai melakukan kerja profesi, praktikan wajib melakukan bimbingan dengan Dosen Pembimbing sebanyak minimal 4 (empat) kali. Bimbingan ini berguna untuk melihat *progress* kerja yang dilakukan oleh praktikan dan mengecek laporan kerja profesi. Selain itu, praktikan mengisi formulir-formulir yang dibutuhkan untuk melengkapi lampiran-lampiran kerja profesi.