

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pelajaran yang didapatkan saat kuliah saja belum cukup jika digunakan sebagai bekal saat memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Maka dari itu dibutuhkan sebuah program kegiatan yang dapat menempatkan mahasiswa di dalam situasi kerja sesungguhnya, mahasiswa akan praktik dan berhadapan langsung dengan kenyataan di dunia kerja. Selain untuk menambah pengalaman, praktik kerja magang juga dapat membantu mahasiswa untuk membangun karier ke depannya, terutama jika bidang kerja saat magang sejalur dengan bidang kerja yang hendak dituju saat lulus kuliah (Pascaramadhanu, 2016).

Saat ini kita sudah ada di era industri 4.0, di mana semua berkembang secara pesat termasuk hampir seluruh pekerjaan bisa digantikan oleh robot dan *Artificial Intellegent* (AI). Jelas timbul kekhawatiran dari para pekerja di berbagai sektor. Namun menurut Agung Laksamana, *Director of Corporate Affairs at April Group* yang juga aktif sebagai Ketua Umum BPP Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS), robot ataupun AI tidak bisa begitu saja menggantikan posisi seorang PR. Menurutnya, kompetensi seorang PR membutuhkan kombinasi unik antara intuisi, nalar, emosi, empati dan kreativitas yang tidak ada batasnya, hal tersebut menjadi keterbatasan mesin AI untuk dilatih menyerupai kinerja seorang PR (PERHUMAS, 2018). Sumber informasi andalan masyarakat saat ini berubah, bukan lagi televisi, majalah ataupun koran, namun media sosial serta portal berita online berupa website ataupun aplikasi yang menjadi rujukan informasi masyarakat saat ini, hal tersebut tentunya mempengaruhi sistem bekerja seorang PR yang dituntut untuk dapat menguasai teknologi, mengemas kreativitasnya disebuah wadah yang bersifat digital, menyesuaikan perkembangan dan trend saat ini.

Praktikan ingin mengaplikasikan apa yang sudah dipelajari saat kuliah di perusahaan / instansi tempat praktikan bekerja seperti menerapkan tugas dan peran PR yang relevan dengan mata kuliah yang sudah praktikan dapatkan sesuai dengan minor praktikan Public Relations. Mata kuliah yang relevan dengan peran praktikan yakni **pengantar Hubungan Masyarakat (HUMAS), manajemen acara, komunikasi organisasi, komunikasi persuasif, HUMAS online dan produksi HUMAS**, peran praktikan yakni menjadi jembatan antara pihak internal dan eksternal perusahaan yang merupakan stakeholder perusahaan seperti komunitas, tenant, narasumber dan juga media, pekerjaan tambahan praktikan adalah turut andil dalam membuat *creative content event* untuk media sosial Instagram dan tiktok.

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, budaya Indonesia juga kian berubah, salah satunya adalah budaya berhijab bagi wanita muslim, dulu wanita berhijab bisa dikatakan sebagai kaum minoritas namun saat ini justru fashion muslim Indonesia sudah mulai dilirik dunia. Instansi / perusahaan tempat praktikan melaksanakan magang yakni Scraf Media yang selaras dengan interest praktikan menyadari hal tersebut dan ingin membuka pandangan lebih luas terkait wanita berhijab serta halal things, di mana wanita berhijab juga bisa tampil menawan dan trendi bahkan saat ini mayoritas penduduk perempuan di Indonesia mengenakan hijab bahkan public figure ataupun tokoh – tokoh penting lainnya yang sering dijadikan role model oleh audiensnya.

Praktikan belajar menghubungi dan berhubungan dengan stakeholder perusahaan yaitu media, tenant dan narasumber, membuat timeplan postingan, melakukan negosiasi, memperluas data base perusahaan, membangun kerjasama dengan media di luar data base perusahaan serta menuangkan ide dalam membuat sebuah konten bersama tim yang sesuai dengan karakteristik audiens sehingga informasi / pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh audiens yang tentunya sesuai dengan segmentasi perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi Pada Scarf Media

- a. Mempelajari bekerja dalam sebuah media digital dengan mengaplikasikan ilmu yang didapat saat kuliah yang berkaitan dengan tugas dan fungsi seorang public relations yakni *media relations*, *tenant relations*, menyusun press release, menjadi liaison officer dan terlibat dalam suatu *event*.
- b. Berhubungan langsung dengan pihak *stakeholder* perusahaan
- c. Mempelajari membuat konten yang tetap sesuai dengan segmentasi perusahaan (tidak bertolak belakang dengan nilai perusahaan)
- d. Mengaplikasikan tugas PR yakni hubungan media, acara spesial, dan menjadi kontak yang bertugas sebagai penghubung dengan media, komunitas serta kelompok internal & eksternal lainnya.

● **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Pada Scarf Media**

- a. Memperoleh wawasan / ilmu yang berkaitan dengan *public relations* dan pengalaman praktik langsung di suatu perusahaan
- b. Mengasah kreativitas, soft skill maupun hard skill yang dimiliki
- c. Mengetahui situasi dunia kerja yang sebenarnya
- d. Mengetahui secara langsung bagaimana berkomunikasi dengan stakeholder seperti media, komunitas, tenant dan pembicara yang beberapa juga merupakan seorang *influencer* dan *public figure*

1.3. Kegunaan Kerja Profesi

1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Menambah pengalaman praktikan dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat saat kuliah terutama hal – hal yang terkait profesi *public relations* dan pengalaman bekerja secara professional.
- b. Pengalaman yang bisa dijadikan bekal untuk melamar kerja setelah lulus kuliah.
- c. Merasa memiliki pekerjaan yang harus dipertanggung jawabkan dan tidak dapat disepelekan karena berkaitan dengan suatu instansi / perusahaan yang berizin resmi.

- d. Merasakan dinamika dan tuntutan nyata dunia kerja yang mengharuskan praktikan berperilaku secara professional atau sesuai dengan tuntutan profesi.

1.3.2 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya

- a. Membina dan memperluas jaringan kerja sama dengan pihak-pihak perusahaan/instansi luar yang terkait.
- b. Mendapat masukan atau umpan balik dalam rangka penyempurnaan kurikulum program studi sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman, masyarakat dan pembangunan pada umumnya.
- c. Memberikan masukan dalam mewujudkan konsep *link and match* dunia pendidikan dan industri, serta meningkatkan kualitas layanan pada *stakeholders*.

● 1.3.3 Manfaat Bagi Scarf Media

- a. Menciptakan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara pihak yang terlibat.
- b. Menjalin hubungan baik instansi/perusahaan dengan perguruan tinggi.
- c. Menumbuhkan kerjasama saling menguntungkan bagi para pihak yang terlibat.
- d. Mendapat insight dan sudut pandang baru.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Scarf Media merupakan media cetak majalah muslimah yang bertransformasi menjadi *muslimah lifestyle digital media*. Scarf Media sendiri merupakan media digital yang awalnya merupakan Majalah *Fashion Muslimah Urban* pada tahun 2012 dengan nama Scarf Magazine. Target audiens Scarf Media sendiri merupakan kalang A – B atau kalangan menengah atas dengan segmentasi audiens terbesarnya bergender wanita sebesar 90% yang berprofesi sebagai wanita karir / pengusaha wanita sebesar 42%, lalu pelajar sebesar 38% dan ibu rumah tangga sebesar 16%.

Tempat kerja profesi praktikan ini berlokasi di GKM Green Tower Lt. 20 Suite P Jl. TB Simatupang Kav 89G, RT.10/RW.2, Kebagusan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12520. Praktikan bekerja dari hari Senin – Jumat

Pada bulan Januari akhir hingga awal Februari praktikan mencari alternatif magang lain melalui Instagram dan mengirimkan CV serta portofolio untuk berjaga – jaga. Hingga bulan Februari tanggal 3 praktikan diterima magang di Scarf Media dalam divisi Marketing Promotion Event, praktikan mulai bekerja di Scarf Media pada tanggal 8 Februari 2021.

Praktikan melengkapi dokumen administrasi yang diperlukan seperti formulir penerimaan magang, formulir pengajuan kerja profesi dan laporan harian kerja. Kemudian praktikan mulai menyusun laporan Kerja Profesi (KP) pada akhir Februari 2021 dan melakukan bimbingan pertama dengan dosen pembimbing KP. Pelaksanaan kerja profesi di Scarf Media dilakukan selama kurang 3 bulan, terhitung sejak tanggal 8 Februari – 8 Mei 2021, dengan jam kerja per hari adalah 8 jam dan total 528 jam kerja selama 3 bulan.