

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Memasuki tahun 2021, tingkat pengangguran di Indonesia semakin meningkat signifikan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, per bulan Februari 2021 jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 8,75 juta orang. Angka tersebut meningkat sebesar 26,26% dari tahun sebelumnya yang mana jumlah pengangguran tahun lalu mencapai 6,93 juta orang. Tingkat pengangguran tertinggi berada di perkotaan yakni mencapai 8%. Salah satu penyebab terjadinya peningkatan ini adalah adanya pandemi COVID-19 yang terjadi di seluruh dunia (Annur, 2021).

Pandemi ini kemudian berdampak pada seluruh aspek salah satunya adalah aspek ekonomi yang menyebabkan para perusahaan tidak mempunyai pilihan lain selain merumahkan para karyawannya untuk menekan pengeluaran kebutuhan perusahaan serta menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluaran anggaran untuk bertahan di masa yang sulit. Pengangguran yang terjadi di tahun ini memang salah satu penyebabnya adalah pandemi COVID-19 yang tak kunjung usai. Namun, faktanya fenomena pengangguran selalu ada dari tahun ke tahunnya yang selalu menjadi permasalahan yang tidak mudah untuk diselesaikan hingga saat ini.

Selain pandemi COVID-19, pengangguran juga disebabkan oleh beberapa hal yaitu pertama, ketidakseimbangan antara pekerjaan dan jumlah tenaga kerja yang meningkat setiap tahunnya. Hal ini menimbulkan persaingan ketat para lulusan baru atau fresh graduate dengan individu yang sudah memiliki pengalaman yang tinggi. Kedua, kemampuan para pencari kerja yang tidak sesuai. Apabila ditinjau lebih lanjut, kualifikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk merekrut karyawan baru kerap kali membutuhkan calon karyawan yang memiliki keterampilan atau keahlian yang tinggi yang menyebabkan individu yang tidak memiliki keterampilan apapun sulit untuk mendapatkan pekerjaan. Ketiga, kurangnya pendidikan dan keterampilan para pelamar yang menyebabkan seseorang menjadi sulit dijadikan sebagai tenaga kerja (Widyananda, 2020).

Apabila praktikan rangkum, sedikitnya terdapat 3 poin utama yang menjadi penyebab terjadinya pengangguran di Indonesia yaitu terkait dengan pendidikan,

pengalaman yang dimiliki, serta kemampuan atau keterampilan para pencari kerja yang kurang memadai. Tidak bisa dipungkiri bahwa pendidikan tinggi masih menjadi salah satu aspek utama yang paling penting untuk mencari pekerjaan, namun fakta menunjukkan bahwa per Februari 2021 terdapat hampir 1 juta sarjana yang menganggur di Indonesia (Pusparisa, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa mempunyai pendidikan yang tinggi saja tidak cukup untuk mencari pekerjaan, melainkan perlu diseimbangi juga dengan pengalaman serta skill yang dimiliki. Dalam mengatasi hal tersebut, solusinya adalah para mahasiswa dan fresh graduate perlu mencari pengalaman serta menguasai beberapa kemampuan tertentu untuk menunjang kebutuhan dalam mencari kerja serta untuk memenuhi kriteria perusahaan.

Dikutip dari World Economic Forum terdapat Ten skills in 2020 yang harus dikuasai oleh para calon pekerja dalam menghadapi industri kerja yaitu complex problem-solving, critical thinking and analysis, creativity, people management, emotional intelligence, judgement and decision-making, service orientation, negotiation, and cognitive flexibility (eCom Scotland, 2020). Menurut Ludwina Triananda selaku Talent Acquisition Manager DANA mengatakan bahwa untuk bekerja di industri Startup membutuhkan beberapa skill yang harus dipenuhi. Pertama adalah harus bisa beradaptasi dengan cepat agar dapat mengikuti alur kerja di Startup yang sangat cepat. Kedua, harus bisa fokus untuk mencari solusi dari setiap masalah dan kendala yang dihadapi. Ketiga, bisa memanfaatkan waktu seefisien mungkin atau dalam istilah lain work hard but also work smart. Keempat, menerima kritik dan saran dari orang lain dan menghargai lawan bicara. Kelima, harus bisa bekerja sama dengan tim (kolaborasi) (DANA Indonesia, 2018).

Skill-skill tersebut yang dibutuhkan oleh mahasiswa atau fresh graduate dapat dikuasai melalui berbagai pengalaman yang dapat diikuti. Salah satunya adalah pengalaman kerja yang bisa dijadikan sebagai wadah untuk menguasai beberapa skill yang dibutuhkan secara berkala. Maka dari itu, praktikan merasa belum memenuhi dan masih harus belajar untuk menguasai beberapa skill yang dibutuhkan untuk bekerja khususnya di Industri Startup.

Melihat adanya kesenjangan dari fenomena tersebut, institusi pendidikan tinggi atau universitas harus turut serta mendorong dan mewajibkan para mahasiswanya untuk terus aktif menggali serta mengasah berbagai kemampuan yang dimiliki untuk memudahkan mereka dalam menghadapi industri kerja ketika

lulus nanti. Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) sebagai institusi perguruan tinggi melakukan aksi nyata yang menyediakan salah satu ruang untuk mengatasi persoalan tersebut yaitu dengan mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Adapun hal tersebut masuk ke dalam mata kuliah “Kerja Profesi” yang termasuk sebagai mata kuliah wajib untuk salah satu prasyarat utama mahasiswa dalam menyelesaikan studi tingkat Strata Satu (S1). Hal ini dilakukan agar mahasiswa mampu mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama berkuliah dalam industri kerja serta untuk memberikan gambaran dunia kerja bagi mahasiswa. Selain itu, dengan adanya mata kuliah Kerja Profesi mahasiswa juga dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk terus meningkatkan pengetahuan, pengalaman, skill, dan kemampuan mahasiswa dalam dunia kerja sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Universitas Pembangunan Jaya memiliki berbagai macam program studi salah satunya adalah program studi Ilmu Komunikasi yang memiliki minor Public Relations. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi diwajibkan untuk mengikuti Kerja Profesi sesuai dengan bidangnya masing-masing. Public Relations atau hubungan masyarakat didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat di antara organisasi dengan publik yang akan mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2011). Sebagai seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor public relations penting untuk mengetahui profesi Hubungan Masyarakat (humas) yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.

Memasuki revolusi industri 4.0, seorang humas dituntut harus selalu mampu mengikuti serta beradaptasi dengan perkembangan zaman yang perubahannya sangat cepat dan masif. Praktisi humas harus mampu menghadapi setiap tantangan di era digital dan melihat tantangan tersebut sebagai suatu peluang. Hal yang dihadapi oleh praktisi humas saat ini adalah adanya pergeseran dari media konvensional menjadi media digital.

Saat ini, internet menjadi media yang mempunyai kekuatan besar untuk membangun *brand reputation*. Adanya internet memunculkan berbagai *platform* media digital dan media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh seorang humas untuk membangun reputasi, kredibilitas, serta kepercayaan publik. Menurut Tri

Raharjo selaku Founder and Chairman TRAS N CO mengatakan bahwa perusahaan dengan reputasi dan citra positif, dapat dinilai dari cara perusahaan mengkomunikasikan brandnya melalui PR kontemporer seperti media digital, media sosial, dan sarana lainnya (Humas Indonesia, 2019).

Berbagai kegiatan dilakukan oleh humas untuk mengembangkan citra dan reputasi brand yang positif di publik. Tak jarang pula, dalam suatu perusahaan kegiatan humas biasanya berjalan beriringan dengan kegiatan pemasaran (marketing). Keduanya memang merupakan bagian komunikasi perusahaan dan memiliki prinsip serta komponen yang serupa, tapi tak sama (MarketingCraft, 2020). Tren pemasaran yang saat ini sedang dijalankan berbagai perusahaan khususnya e-commerce di era digital adalah affiliate marketing atau pemasaran afiliasi yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan digital marketing strategy dengan bekerja sama atau berkolaborasi dengan para Key Opinion Leaders (KOLs). Pemasaran Afiliasi adalah proses penawaran suatu produk dengan menggunakan jasa afiliasi (KOLs atau Influencers). Hal ini merupakan bagian dari proses pemasaran online yang melibatkan tiga pihak yaitu pihak penjual, afiliasi, dan konsumen (Firdiansyah, 2021).

Tren pemasaran afiliasi tersebut kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan atau brand untuk menggunakan KOLs atau influencers dalam memasarkan berbagai produk yang terdapat pada platform marketplace. Dalam pelaksanaan pemasaran afiliasi terdapat beberapa kegiatan pekerjaan yaitu KOL Management, evaluasi program, dan menganalisis Engagement Rate. KOL management adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengatur segala bentuk pemasaran perusahaan dengan para key opinion leaders serta audiens perusahaan (Oliver, 2021).

Dalam artian lain, KOL management adalah salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengelola para KOL yang bergabung pada manajemen perusahaan serta membantu untuk mengarahkan mereka agar bisa menjadi agen pemasaran yang baik untuk perusahaan sehingga pesan yang disampaikan tepat kepada target market perusahaan. KOL management yang baik sangat penting untuk dilakukan agar dapat membentuk hubungan yang baik serta solid antara perusahaan dengan KOL untuk bekerja sama melakukan promosi atas suatu brand (REDCOMM INDONESIA, 2021). KOL management mempunyai peran dan fungsi yang cukup banyak untuk tim marketing communication dalam suatu

perusahaan. Pertama yaitu dapat lebih mengenal audiens KOL. Kedua, mengetahui jumlah followers KOL. Ketiga, relevansi KOL dengan brand. Keempat, menghitung *engagement followers* dengan KOL (Oliver, 2021).

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor public relations tentunya praktikan mempelajari mata kuliah yang berkaitan dengan digital marketing yang terdapat pada mata kuliah Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat, Penulisan Hubungan Masyarakat, Hubungan Masyarakat Online, dan Produksi Hubungan Masyarakat. Namun, praktikan merasa belum mempunyai kemampuan yang cukup dalam menjalankan kegiatan digital marketing di industri komunikasi. Maka dari itu, praktikan memilih PT. Shopee Indonesia sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara dan Taiwan yang diluncurkan pada tahun 2015 untuk melaksanakan Kerja Profesi.

Praktikan melakukan kerja profesi pada Departemen Marketing unit Affiliate Marketing. Tugas utama unit Affiliate Marketing pada Departemen Marketing di Shopee Indonesia adalah meninjau akun media sosial para KOL Non Influencer yang akan bergabung pada program Shopee Affiliates sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adapun tugas utama lainnya meliputi menganalisis evaluasi pelaksanaan program Shopee Affiliates serta menganalisis engagement rate postingan para KOL Shopee Affiliates yang ikut program kampanye Shopee. Melalui laporan kerja profesi ini, praktikan akan menjabarkan pelaksanaan proses kerja sebagai tim Affiliate Marketing serta kendala-kendala yang dihadapi berikut cara menghadapi kendala tersebut selama melaksanakan kerja profesi.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Affiliate Marketing pada PT Shopee International Indonesia**

- a) Mempelajari kegiatan *marketing communication* khususnya pada bidang *digital marketing strategy* pada perusahaan *e-commerce* multinasional.
- b) Mempelajari serta memahami kegiatan pemasaran afiliasi yang dilakukan pada perusahaan *e-commerce* yang berada di bawah tanggung jawab departemen marketing.
- c) Mempelajari serta menganalisis data pada pelaksanaan pemasaran afiliasi sebagai bahan evaluasi untuk peningkatan program Shopee Affiliate.
- d) Melatih kemampuan berkomunikasi bersama tim dengan dua bahasa (bilingual).

- e) Mempelajari tahapan untuk mengkonfirmasi apakah KOL yang daftar pada program Shopee Affiliate sesuai persyaratan atau tidak.
- f) Meningkatkan wawasan, pengetahuan, keterampilan dalam dunia kerja profesional, dan pengalaman terkait kegiatan *affiliate marketing* pada perusahaan e-commerce multinasional.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- a) Mendapatkan wawasan serta pengalaman bekerja sebagai *affiliate marketing*.
- b) Memahami tentang bidang *digital marketing strategy* pada perusahaan e-commerce.
- c) Memperoleh pengetahuan serta pengalaman mengenai KOL Management.
- d) Mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan serta mengasah *soft skill* dan *hard skill*.
- e) Mengetahui secara langsung bagaimana bekerja serta menjaga relasi dengan baik terhadap KOL.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan adalah PT Shopee International Indonesia yang berlokasi di Pacific Century Place Tower Lt. 26 SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jl. Jend. Sudirman No.52-53, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190.

PT Shopee International Indonesia merupakan salah satu perusahaan terbesar di Asia Tenggara dan Taiwan yang bergerak di bidang e-commerce. Aplikasi Shopee diluncurkan pada tahun 2015 yang disesuaikan dengan masing-masing negara yang menyediakan berbagai macam jenis pelayanan terutama pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat melalui dukungan pembayaran dan penunjang kebutuhan hidup sehari-hari lainnya. Shopee memiliki visi untuk terus menyediakan fitur belanja online yang dapat diakses, mudah serta menyenangkan bagi para penggunanya.

Alasan praktikan memilih PT Shopee International Indonesia sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan Kerja Profesi karena PT Shopee International



Indonesia merupakan salah satu *platform e-commerce* nomor 1 di Asia Tenggara dan Taiwan. Kemudian alasan praktikan memilih Departemen Marketing pada unit Marketing Affiliate (KOL Management) karena ingin menambah pengalaman bekerja di industri Startup yang berbasis digital agar bisa terus mengikuti perkembangan IPTEK berbasis digital di perusahaan sesungguhnya.

Tidak hanya itu, praktikan tertarik untuk melaksanakan Kerja Profesi di PT Shopee International Indonesia karena Shopee Indonesia terkenal dengan berbagai kegiatan kampanye besar yang selalu dilakukan setiap tahun secara rutin. Adapun kampanye-kampanye yang dilakukan tersebut selalu menjadi sorotan publik atau dikenal oleh publik salah satunya adalah kampanye dan jingle Shopee COD. Meskipun Shopee termasuk salah satu perusahaan yang besar dan sudah terkenal di masyarakat, namun Shopee terus tetap melakukan berbagai strategi pemasaran untuk bertahan dan melebarkan sayapnya.

Salah satu program baru yang diluncurkan adalah Shopee Affiliate Program. Program tersebut merupakan salah satu program yang dihadirkan Shopee Indonesia dengan tujuan untuk terus mengajak seluruh masyarakat menggunakan platform Shopee sebagai perantara untuk melakukan seluruh aktivitas transaksi online. Melalui program tersebut, Shopee juga turut melibatkan para KOL untuk mempromosikan berbagai produk yang terdapat di Shopee. Maka dari itu, praktikan ingin terlibat langsung untuk meninjau akun media sosial para KOL khususnya KOL Non Influencer dalam program Shopee Affiliate yang terdapat pada unit Affiliate Marketing. Praktikan juga ingin mengetahui lebih dalam terkait implementasi KOL Management dalam Affiliate Marketing pada perusahaan e-commerce.

## 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Ags				Sept			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat CV, Portfolio, dan Cover Letter	■	■	■	■																								
2	Revisi CV, Portfolio, dan Cover Letter																												
3	Mencari lowongan magang di Internet					■	■																						
4	Mengirimkan lamaran magang									■	■	■	■																
5	Membuat surat pengantar magang													■	■														
6	Mengirimkan soft file CV, portfolio, transkrip nilai, dan surat pengantar kerja profesi ke MNC Media													■	■														
7	Mengirimkan soft file CV, portfolio, transkrip nilai, dan surat pengantar kerja profesi ke PT Shopee Indonesia																	■	■										
8	Melakukan proses interview dengan HRD Shopee Indonesia																					■	■						
9	Melakukan proses interview dengan User Shopee Indonesia																									■	■		
10	Mendapatkan <i>offering</i> di Shopee Indonesia																									■	■		
11	Pengumpulan dokumen administrasi ke Shopee Indonesia																									■	■		
12	Pelaksanaan KP																									■	■	■	■
13	Pelaksanaan bimbingan KP																									■	■	■	■
14	Pembuatan laporan KP																									■	■	■	■

Pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mengharuskan praktikan untuk melaksanakan kegiatan Kerja Profesi dengan jumlah minimal waktu kerja selama 400 jam atau dalam hitungan kurang lebih 3 bulan. Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi selama 3 bulan terhitung dari tanggal 6 Juli 2021 sampai dengan 5 Oktober 2021.

Sebelum akhirnya melaksanakan Kerja Profesi di PT Shopee International Indonesia, praktikan melewati beberapa tahapan. Pada tahapan pertama di bulan Maret praktikan memfokuskan diri untuk membuat CV, *Portfolio* dan *Cover Letter* untuk keperluan mengajukan lamaran magang ke perusahaan. Lalu, setelah semuanya selesai dibuat, pada bulan April praktikan mulai mencari perusahaan yang menerima lowongan magang melalui media sosial seperti Instagram, LinkedIn, Glints, dan Technesia. Selain itu, praktikan juga bertanya kepada senior yang pernah melakukan kegiatan Kerja Profesi terutama di bidang *public relations*.

Pada tanggal 19 April 2021 sampai 18 Juni 2021 praktikan mulai mengirimkan lamaran magang ke berbagai perusahaan seperti RANS Entertainment, RIMO E-sport Indonesia, MNC Media, Bumi Entertainment, Absolute EO, Rocketindo Agency, Seven Ads, PT Kapitol Era Mas (Nasi Kulit Malam Minggu), Mall ARARASA BSD dan PT Shopee International Indonesia. Setelah praktikan mengirimkan lamaran ke perusahaan tersebut, praktikan sempat melakukan proses interview di RANS Entertainment, RIMO E-sport Indonesia, Rocketindo



Agency, PT Kapitol Era Mas (Nasi Kulit Malam Minggu) dan PT Shopee International Indonesia.

Pada akhirnya, setelah melakukan proses interview di perusahaan tersebut akhirnya praktikan memilih PT Shopee International Indonesia sebagai tempat pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi. Pada tanggal 29 Juni 2021, praktikan menerima e-mail penawaran magang dari pihak PT Shopee International Indonesia untuk melaksanakan kegiatan Kerja Profesi pada 6 Juli 2021 pada unit *Affiliate Marketing*. Setelah itu, praktikan diminta melengkapi dokumen untuk kebutuhan administrasi PT Shopee International Indonesia. Masih di hari yang sama, praktikan langsung mengirimkan berbagai dokumen yang dibutuhkan ke HRD PT Shopee International Indonesia dalam bentuk *soft file* melalui e-mail. Lalu, praktikan juga mengirimkan surat perjanjian kontrak magang yang telah ditandatangani melalui jasa pengiriman dalam bentuk *hard copy*.

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi dengan sistem *work from home* dan *work from office* mulai dari tanggal 6 Juli 2021 hingga 5 Oktober 2021. Praktikan melaksanakan Kerja Profesi pada hari Senin – Jumat mulai dari pukul 09.30 – 18.30 WIB. Namun, ketika ada tugas tambahan yang harus diselesaikan praktikan melaksanakan Kerja Profesi hingga di atas pukul 18.30 WIB.

