

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS), di Indonesia terdapat sebanyak 5,83% dari total penduduk usia kerja sebesar 208,54 juta orang per Februari 2022. Dalam kata lain, terdapat sebanyak 8,40 juta pengangguran di Indonesia. Tentu angka ini cukup mengejutkan, mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbanyak ke empat di dunia, dan jumlah penduduknya terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal yang lebih mengejutkan lagi adalah fakta bahwa 14% dari 5,83% jumlah pengangguran di Indonesia merupakan masyarakat dengan lulusan diploma dan sarjana (S1). Pengangguran dengan gelar ini biasa disebut dengan “Pengangguran Intelektual” (Abidin, 2022).

Data laporan Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa dari total 272,68 juta jiwa yang ada di Indonesia pada pertengahan 2021, jumlah ini meningkat sebanyak 1,13% pada pertengahan tahun 2022 menjadi sebanyak 275,77 juta jiwa. Tentunya peningkatan ini akan sangat berdampak bagi tingkat kemiskinan juga pengangguran yang ada di Indonesia. Ledakan penduduk yang tadinya dapat menjadi sebuah bonus demografi, apabila terus menerus mengalami peningkatan tanpa adanya wadah yang menaunginya, justru akan menjadi boomerang tersendiri yang dapat mempengaruhi sulitnya pemenuhan akan pangan di Indonesia. Alfeus Nehemia, Head of Human Capital PT Praweda Ciptakarsa Informatika menyatakan bahwa banyaknya masyarakat dengan gelar yang menjadi pengangguran diakibatkan oleh perusahaan tidak membutuhkan atau pun tidak sesuai keterampilan yang ditawarkan oleh pendaftar. Tak jarang juga di antara mereka yang memiliki ekspektasi yang terlalu tinggi dalam hal gaji maupun posisi dalam pekerjaan, dengan alasan merupakan lulusan dari perguruan tinggi yang memiliki gengsi. Adanya pandemi juga memperburuk keadaan, karena menyebabkan terbatasnya lapangan kerja yang tersedia di antara banyaknya jumlah pengangguran (Abidin, 2022).

Adanya fakta-fata tersebut tentunya menjadi tantangan baru bagi para *fresh graduate* dalam mendapatkan posisi pada suatu perusahaan dan menghindari dari pengangguran. *Fresh graduate* merupakan masyarakat luasan baru setelah menjalankan studinya di perguruan tinggi, yang mana dalam kategori ini periode kelulusan yaitu 6 bulan sejak dilaksanakannya wisuda dan resmi mendapatkan ijazah (Jobplanet, 2017). Tentunya mencari pekerjaan bukan lah suatu hal yang mudah untuk di capai. Belum lagi label sebagai *fresh graduate* yang tidak memiliki pengalaman pekerjaan menjadi beban tambahan yang harus dipikul. Tantangan lainnya juga adanya globalisasi yang membuat para pencari kerja dituntut untuk lebih giat lagi dalam meningkatkan kualitasnya agar dapat bersaing.

Di era globalisasi seperti saat ini, akses informasi menjadi sangat lah mudah akibat perkembangan dari teknologi komunikasi dan informasi yang bergerak dengan sangat cepat. Belum lagi perangkat telepon yang tadinya hanya digunakan untuk berkomunikasi, sekarang dapat digunakan untuk menyelam dan mencari berbagai informasi juga hiburan. Melalui teknologi ini juga kita dapat dengan sangat mudah menyebarkan informasi yang kita inginkan kepada khalayak luas. Penyebaran informasi ini tak hanya dapat dilakukan melalui *search engine*, namun kecanggihan teknologi saat ini juga memungkinkan kita untuk menyebarkan informasi melalui media sosial dalam bentuk konten-konten menarik.

Berdasarkan data dari Hootsuite (We are Social), di Indonesia terdapat sebanyak 191,4 Juta pengguna media sosial atau sebanyak 68,9% dari total 277,7 juta penduduk per Februari 2022. Data ini naik 12,6% dari periode sebelumnya yang hanya sebesar 170 juta per 2021. 80,1% masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi. Sementara Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan kedua di Indonesia (Riyanto, 2022). Sehingga dari data-data tersebut, banyak masyarakat di Indonesia yang mengonsumsi juga menyebarkan berbagai informasi melalui media sosial terkhususnya Instagram.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa persaingan untuk mendapatkan kerja sangat lah ketat, terutama untuk para *fresh graduate*. Sehingga tak sedikit dari universitas di Indonesia yang melaksanakan Kerja Profesi atau magang bagi para mahasiswa/i, dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran yang menyeluruh terkait dunia kerja. Program ini juga

ditujukan agar mahasiswa/i dapat mengasah soft skill maupun hard skill juga teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya pada masa perkuliahan. Magang merupakan suatu program pelatihan terkait kerja nyata dari suatu perusahaan yang mana instansi tersebut menempatkan dan memberikan calon pekerja kesempatan untuk mengimplementasikan wawasan dan teori yang telah dipelajarinya di universitas, sesuai dengan kemampuan dan minat dari calon pekerja, dan tentunya masih di bawah bimbingan dari yang berwenang (Sayyidah, 2015). Salah satu universitas yang melaksanakan kerja profesi atau magang ini adalah Universitas Pembangunan Jaya. Program ini dilakukan oleh mahasiswa/i selama 400 – 440 jam kerja dengan maksimal 8 jam kerja per harinya. Program ini diwajibkan untuk dilakukan selama minimal 2 (dua) bulan waktu pelaksanaan.

Pelaksanaan Kerja Profesi yang dijalankan oleh Universitas Pembangunan Jaya ini mengharuskan para mahasiswa/i untuk bekerja sesuai dengan program studi dan juga minor yang mereka ambil. Praktikan di sini memilih PT Telkom Indonesia Tbk sebagai tempat untuk melakukan program Kerja Profesi karena praktikan melihat banyaknya prestasi yang telah diraih oleh perusahaan ini. Belum lagi perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan BUMN terbesar di Indonesia. PT Telkom Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi juga digital terbesar di Indonesia. Perusahaan ini tak hanya menyediakan layanan berupa jaringan, namun juga berbagai macam produk menarik lainnya seperti telepon, layanan kesehatan, layanan pembayaran digital, hingga layanan multimedia lainnya. Tak hanya itu, Telkom Indonesia juga tak jarang berbagi informasi melalui media sosial mereka terutama Instagram. Informasi yang diberikan ini tentunya sangat beragam dan akan bermanfaat bagi khalayak luas terutama publik target dari Telkom Indonesia sendiri.

Dalam menjalankan masa kerja profesi di PT Telkom Indonesia Tbk, praktikan bergabung bersama divisi Human Capital Management sebagai HC Communication Intern dengan spesifikasi pengelolaan media sosial milik Human Capital Management karena minor yang diambil yaitu *public relations*. Melalui pembelajaran yang didapatkan praktikan pada mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online*, diharapkan masa Kerja Profesi di PT Telkom Indonesia Tbk ini dapat melatih kemampuan riset untuk menentukan isi konten yang akan digunakan,

membuat *content plan*, melatih skill *content writing* dan *content creating*, hingga skill komunikasi yang sangat dibutuhkan nantinya.

Program Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan ini selain dapat melatih *skill* praktikan dalam pengelolaan media sosial sebagai salah satu pembelajaran dalam materi Hubungan Masyarakat, pelaksanaan Kerja Profesi ini juga akan bermanfaat bagi praktikan dalam melatih kemampuan riset, analisa, kemampuan dasar praktikan dalam pelaksanaan rekrutasi, hingga pembuatan dokumen administrasi. Praktikaan disini juga dapat menerapkan pembelajaran di mata kuliah Strategi dan Taktik PR dalam tahapan strategis PR pada pengelolaan media sosial milik HC Management. Melalui pengalaman Kerja Profesi di PT Telkom ini juga praktikan dapat menambah pengalaman bekerja, juga menambah koneksi yang tentunya akan dibutuhkan oleh praktikan kedepannya.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Mempelajari kegiatan dalam profesi Human Capital Management terutama di perusahaan teknologi informasi, komunikasi dan digital,
2. Mempelajari strategi pembuatan *content plan* dengan tujuan untuk menarik perhatian publik dan membagikan informasi terkait perusahaan,
3. Mengasah kemampuan dan wawasan terkait pengelolaan media sosial,
4. Mengasah kemampuan untuk menyediakan informasi yang sesuai dengan publik dan apa yang diinginkan oleh publik,
5. Mengasah soft skill, baik dalam bekerja sama dengan tim, berkomunikasi bersama rekan dengan cakupan yang luas, *problem solving*, dan kreatifitas.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Kesiapan diri dalam kemampuan bekerja secara professional
2. Kesiapan diri dalam kemampuan berkomunikasi secara professional terhadap banyak pihak
3. Mampu mengelola dan mengembangkan kreatifitas pengelolaan media sosial pada perusahaan besar
4. Memperoleh pengetahuan mengenai budaya kerja dalam PT Telkom Indonesia Tbk

1.3 Tempat Kerja Profesi

PT Telkom Indonesia Tbk atau Telkom, merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan penyedia jaringan telekomunikasi di Indonesia (Telkom Indonesia, 2021). Kantor pusat dari Telkom ini berada di kompleks perkantoran The Telkom Hub, tepatnya gedung Telkom Landmark Tower di Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav. 52, Kuningan Barat, Kec. Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan. Berdasarkan laman resmi milik Telkom, hingga saat ini pemegang saham terbesar dari perusahaan ini dipegang oleh Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik.

Praktikan memilih PT Telkom Indonesia sebagai tempat Kerja Profesi karena memiliki ketertarikan secara personal terhadap perusahaan. Selama ini Telkom menjadi tempat kerja yang nyaman bagi para karyawannya, karena selalu mendukung segala kegiatan dari karyawannya dan memastikan kenyamanan selama kegiatan itu berlangsung. Hal ini dibuktikan dengan PT Telkom Indonesia Tbk yang mendapatkan sertifikasi "*Great Place to Work 2022*" (Bhwana, 2022). Seperti misalnya menyediakan berbagai fasilitas seperti Smart Mosque, tempat gym yang lengkap dan disertai ruang karaoke, dan lain sebagainya. Praktikan juga melihat dari pengalaman baik yang disampaikan oleh para kerabat dekat. Selain itu, segala perkembangan dan prestasi yang terus diperoleh oleh Telkom juga sangat menarik perhatian praktikan untuk menambah pengetahuan di perusahaan teknologi ini.

Alasan lain adalah praktikan melihat bahwa media sosial milik divisi Human Capital Business Partner (HCBP) kurang aktif dalam memberikan informasi terbaru untuk target publiknya. Belum lagi, setelah praktikan terjun langsung menjadi salah satu bagian dari divisi Human Capital Business Partner (HCBP), banyak dari karyawan yang mengeluhkan atas Digital Talent yang terlalu banyak menyangai terkait informasi yang sebenarnya sudah di jelaskan pada awal kontrak. Sehingga di sini praktikan memberikan inovasi baru untuk menyebarkan banyak informasi menarik dan informasi lain yang diperlukan oleh Digital Talent juga khalayak luas pada media sosial milik divisi Human Capital Business Partner (HCBP). Selain agar tidak ada informasi yang terlewat, namun juga untuk

memperkenalkan mengenai perusahaan Telkom juga divisi Human Capital Business Partner (HCBP) kepada khalayak luas.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja

No	Kegiatan	Bulan																			
		Mei				Juni				Juli				Agustus				Sept			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat CV, Portofolio, dan Cover Letter																				
2	Bimbingan KP-1																				
3	Mengirimkan CV dan Portofolio ke Tokopedia, Shopee, TikTok, dan Somethinc-Beauty Haul																				
4	Mengirimkan CV dan Portofolio ke PT Telkom Indonesia Tbk																				
5	Mengirimkan CV dan Portofolio ke Cosmetics Ltd dan PT Mustika Ratu Tbk																				
6	Mengirimkan CV dan Cover MNC Channel																				
7	Mendapat panggilan wawancara dari PT Telkom Indonesia Tbk																				
8	Diterima bekerja di PT Telkom Indonesia Tbk																				
9	Bimbingan KP-2																				
10	Pelaksanaan program Kerja Profesi di PT Telkom Indonesia Tbk																				
11	Mendapat panggilan wawancara dari MNC Channel																				

12	Menolak panggilan wawancara dari MNC Channel																							
13	Bimbingan KP-3																							
14	Bimbingan KP-4																							
15	Pembuatan Laporan Kerja Profesi																							

Pada minggu kedua bulan Mei, praktikan mulai mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan dalam melamar kerja, seperti membuat CV, portofolio, hingga cover letter. Praktikan memilah dan mencari kembali data-data yang diperlukan dari segala perangkat dan penyimpanan online yang dimiliki, untuk nantinya ditulis dalam CV maupun portofolio. Setelah dokumen yang dibutuhkan telah siap, praktikan mulai mendaftarkan diri pada beberapa lowongan pekerjaan yang ada di LinkedIn, terutama yang sangat praktikan minati. Beberapa lowongan tersebut meliputi Tokopedia, Shopee, TikTok, juga Somethinc-Beauty Haul. Lowongan-lowongan tersebut menarik perhatian praktikan karena praktikan mengetahui dengan cukup baik mengenai perusahaan-perusahaan tersebut, atau bahkan mengenai produk yang ditawarkan. Sehingga di sini praktikan berfikir dapat berkontribusi dengan lebih baik nantinya ketika diterima.

Karena memang tidak adanya kelanjutan dari masing-masing perusahaan, akhirnya pada minggu terakhir bulan Mei, praktikan mengirimkan CV dan portofolio kepada kerabat yang bekerja di Telkom untuk kemudian di seleksi dan berharap dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya. Di saat yang sama, praktikan juga mencoba untuk mendaftarkan diri ke Skintific Cosmetics Ltd dan PT Mustika Ratu Tbk melalui Glints. Pencarian praktikan terus berlanjut hingga minggu ke dua bulan Juni, yang mana praktikan mendaftarkan diri ke MNC Channel atas rekomendasi dari dosen pembimbing. Masih di hari yang sama, yaitu pada 9 Juni 2022, praktikan mendapat panggilan dari pihak Telkom untuk melakukan wawancara via telepon terkait kelanjutan dari pendaftaran diri untuk melakukan kerja profesi di Telkom. Pada wawancara tersebut juga praktikan diberitahu mengenai job desk yang akan praktikan kerjakan nantinya dan mulai dari kapan praktikan dapat bekerja.

Pada 13 Juni 2022, praktikan mendapat panggilan wawancara via telepon untuk MNC Channel. Adanya panggilan wawancara tersebut membuat praktikan

bimbang ingin melanjutkan Telkom atau mengikuti panggilan wawancara dari MNC Channel. Karena memang waktu untuk kerja profesi telah mepet, praktikan juga sudah mulai bekerja di Telkom, dan praktikan merasa bahwa Telkom akan memberikan lebih banyak pengalaman baru maka praktikan memilih untuk menolak panggilan wawancara dari MNC Channel. Mulai dari tanggal 13 Juni 2022, praktikan mulai bekerja di PT Telkom Indonesia Tbk sebagai HC Communication Intern, yang mana pelaksanaan dari program kerja profesi ini telah sesuai baik mengenai tempat maupun terkait jadwal yang telah ditetapkan. Sistem kerja yang diterapkan di Telkom ini adalah *WFA* atau *Work From Anywhere*, namun tetap diperbolehkan untuk *Work From Office* apabila dibutuhkan. Praktikan bekerja pada hari Senin – Jumat dari jam 08.00 – 17.00. total praktikan melaksanakan kerja profesi di PT Telkom Indonesia Tbk sebanyak 585 jam kerja.