

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Teknologi terus mengalami kemajuan dari waktu ke waktu secara cepat dan pesat, sehingga menjadikan era ini disebut dengan era revolusi digital. Hal tersebut menjadi salah satu tantangan bagi generasi muda untuk terus maju sesuai dengan zaman. Banyak tantangan akan bermunculan saat seorang generasi muda masuk ke dunia dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat, salah satunya berupa persaingan dalam dunia kerja yang memperlihatkan perbedaan realitas secara nyata. Hal ini lah yang membuat seseorang terutama mahasiswa atau *fresh graduate* perlu untuk memiliki kemampuan dalam meningkatkan kualitas diri pada berbagai bidang. Data terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa jumlah mahasiswa di Indonesia tahun 2021 mencapai 8.956.184 orang. Dibandingkan dengan, tahun sebelumnya, jumlah angka tersebut relevan naik sekitar 4,1% (Mahdi, 2022). Melihat jumlah mahasiswa yang terus meningkat, maka bentuk pembekalan kesiapan masuk dunia kerja harus terus ditingkatkan.

Tertulis pada peraturan Undang-Undang No.20 Tahun 2003 (Pasal 3) di Indonesia mengenai pendidikan di mana suatu pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, keratif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Berdasarkan Undang-Undang diatas dapat disimpulkan bahwa pendidikan merupakan hal yang penting untuk dijalani untuk mengembangkan kemampuan dan potensi seorang mahasiswa. Namun, realita yang ada saat ini banyak mahasiswa atau *fresh graduate* belum menguasai kemampuan yang tepat untuk menghadapi dunia pekerjaan. Ada yang merasa bahwa masuk ke dunia kerja menimbulkan rasa takut, cemas, bahkan terancam karena kurang persiapan dan kemampuan yang dimiliki. Untuk mengurangi hal tersebut, Di dukung juga dengan

pertanyaan oleh *Organization for Economic and Development (OECD)* yang menyatakan bahwa sejumlah perusahaan sulit mendapatkan pihak yang dapat berpikir kritis dan mampu memberikan transisi mulus saat masuk dunia kerja, hal ini disebabkan oleh alumni universitas belum memiliki pengalaman dalam dunia kerja yang cukup. Selain dari sudut pandang perusahaan, mahasiswa pun diminta untuk memiliki 5 keterampilan atau *skill* sebagai bekal bersaing di lingkup pekerjaan yaitu: pemecahan masalah (*complex problem solving*), berpikir kritis (*critical thinking*), kreativitas (*creativity*), mampu berkoordinasi dengan orang lain (*coordinating with others*) fleksibilitas kognitif (*cognitive flexibility*) (Keterampilan 5C yang diharapkan Kemendikbud dimiliki Mahasiswa, 2020). Hal tersebut membuat universitas menjadi salah satu sarana Lembaga Pendidikan yang dapat membagikan pembekalan serta pengetahuan kepada mahasiswa di masa pembelajaran. Dengan tujuan memberikan persiapan kepada mahasiswa untuk menjadi pekerja yang kapabel pada bidang masing-masing melalui program Kerja Profesi.

Universitas pembangunan Jaya merupakan sebuah Perguruan Tinggi Swasta yang mempunyai program Kerja Profesi untuk mempersiapkan mahasiswa pendidikan tinggi untuk dapat bersaing di dunia kerja. Program Kerja Profesi ini menjadi salah satu kegiatan yang wajib dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir dalam proses perkuliahan di universitas guna melatih kemampuan agar proses transisi dalam dunia kerja yang akan dilakukan lebih mudah. Universitas Pembangunan Jaya terkhusus Program Studi Ilmu komunikasi menjadikan Kerja Profesi sebagai mata kuliah wajib dengan nama Kerja Profesi. Mata kuliah ini mempunyai bobot sebesar 3 SKS dengan minimal waktu kerja selama 400 jam atau selama 3 bulan. Saat ini, program Kerja Profesi sudah banyak dilakukan oleh instansi lain, hal ini dikarenakan banyaknya minat mahasiswa untuk merasakan dunia kerja sejak awal.

Pada implementasi program Kerja Profesi, mahasiswa diminta turut dapat bekerja dalam bidang industri yang sejalan dengan program studi atau minor di universitas. Seperti Program studi Ilmu Komunikasi memiliki salah satu minor yaitu *public relations* atau hubungan masyarakat. *Public relations* sendiri diartikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat di antara organisasi dengan publik yang dapat memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Scott M.

Center., Allen H. dan Glenn M. Broom, 2011). Keterkaitan antara bidang pekerjaan dan pembelajaran untuk program Kerja Profesi ditujukan untuk memberikan pandangan kepada mahasiswa terkait dengan realita implementasi materi yang diberikan saat perkuliahan untuk diterapkan saat terjun ke bidang tersebut.

Sebagai mahasiswi Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi dengan minor *public relations*, praktikan telah mempelajari dan merampungkan mata kuliah mengenai kegiatan *public relations*. Bentuk materi yang dipelajari berupa Penulisan Hubungan Masyarakat, Strategi dan Taktik Hubungan masyarakat, produksi media humas, manajemen acara dan Komunikasi Organisasi. Melalui ketiga mata kuliah tersebut, praktikan mendapatkan pembelajaran terkait membuat sebuah promosi acara untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga cara mengelola komunikasi dalam organisasi dengan baik.

Dalam sebuah organisasi maupun perusahaan, jaringan komunikasi yang baik sangat dibutuhkan untuk membuka peluang dan pintu komunikasi dengan pihak lain. Perkembangan teknologi di era saat ini mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi atau membangun relasi dengan orang lain. Pada dasarnya, manusia tidak akan terlepas dari proses komunikasi, seperti aksioma terkenal yang dikemukakan oleh Paul Watzlawick "*We cannot not communicate*" (Syahputra, Yudhi, 2012). Karakter manusia yang berupa makhluk sosial juga menjadi penguat bahwa berinteraksi dengan orang lain secara formal maupun tidak formal akan dilakukan setiap hari. Bentuk penyampaian pesan yang lebih praktis, tidak terhalang oleh jauhnya jarak atau perbedaan waktu membuat semua pihak dapat terkoneksi sesuai dengan bidang yang dibutuhkan.

Setiap perusahaan dipastikan memiliki target maupun tujuan yang harus dikelola bersama dengan pihak lain, sehingga jika proses komunikasi didalamnya tidak mampu berjalan sesuai dengan rencana maka akan memberikan dampak kepada tercapainya sebuah tujuan yang telah ditentukan. Bentuk aktivitas perusahaan tidak dapat dilakukan oleh pihak internal saja, namun juga masyarakat maupun lembaga perusahaan lain di luar lingkup perusahaan tersebut. Dimana nantinya pihak lain akan menjadi suatu objek untuk melakukan kerjasama, bentuk kemitraan ataupun perjanjian. Semakin besarnya jaringan komunikasi dengan pihak eksternal yang terjalin, eksistensi perusahaan akan otomatis terangkat di kehidupan masyarakat sekitar (Sa'diah, Anis, 2018)

Seiring dengan perkembangan dan ketatnya persaingan di sejumlah sektor, setiap perusahaan dihadapi dengan tantangan untuk mencari relasi yang sesuai untuk membantu proses pemasaran produk maupun jasa yang ditawarkan tergolong tidak mudah. Dalam lingkup penyebaran produk atau jasa, perlahan kompetitor akan datang untuk menarik kerjasama dengan perusahaan lainnya (Suryanita, Zam-Zam, 2015). Hal ini membuat ide ide kreatif pemasaran sangat dibutuhkan bagi divisi *Marketing Communication* untuk mendapatkan *partner* yang sesuai dengan kualifikasi dan mampu menguntungkan kedua belah pihak. Melakukan *branding* terhadap perusahaan sendiri dapat dilakukan dengan berbagai hal, seperti contohnya membuat kegiatan kolaboratif dengan perusahaan lain atau membangun kerjasama dengan banyak sektor. *Marketing Communication* menjadi sebuah sarana bagi perusahaan untuk membujuk, menginformasikan, dan memberikan hal yang mudah diingat oleh pihak eksternal dan internal secara langsung atau tidak langsung terkait produk dan jasa yang ditawarkan (Ikhsan, Muhammad, 2017). Dalam lingkup *Marketing Communication* terbagi menjadi beberapa bidang pekerjaan, salah satunya adalah *partnership*. Pada bidang ini seseorang diminta untuk memberikan penawaran terkait produk yang ditawarkan kepada *partner-partner* yang ingin turut bekerjasama. Bentuk kerjasama yang ditawarkan harus memiliki keuntungan dari kedua belah pihak secara *profit* maupun *non-profit*.

Salah satu perusahaan yang terus mengembangkan relasinya dengan perusahaan lain dan mengikuti perkembangan Teknologi adalah PT. Mitra Talenta Group (Celerates). Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor *IT Consultant* dan *talent network*, Celerates memiliki tujuan untuk menjadi perusahaan terbesar dan terbaik dalam menyalurkan para tenaga kerja IT dengan perusahaan. Upaya Celerates untuk mendapatkan kandidat terbaik untuk disalurkan kepada perusahaan dengan cara membuka relasi baru ke universitas, institusi dan juga komunitas. Program *partnership* ini mulai dikembangkan lagi oleh Celerates pada awal tahun 2022 sebagai bentuk pencarian *IT talent* yang merata.

Oleh karena itu, praktikan memilih posisi sebagai divisi *Marketing Communication (Partnership)* di PT Mitra Talenta Group (Celerates) pada pelaksanaan Kerja Profesi ini untuk mampu mengaplikasikan keterampilan praktikan pada bidang *Marketing communication* sebagai salah satu kegiatan profesi *Public Relations* yang sebelumnya tidak didapatkan saat masa perkuliahan.

Praktikan bertanggungjawab mengelola kerjasama yang ditetapkan oleh kedua belah pihak seperti program magang 3 bulan, *workshop* dan juga *training*. Alasan lainnya praktikan memilih PT. Mitra Talenta Group menjadi tempat pelaksanaan kerja adalah praktikan ingin mempelajari secara lebih dalam mengenai bagaimana membangun kerjasama yang menguntungkan kedua belah pihak dan bagaimana melakukan *branding* perusahaan di khalayak besar.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

1. Mengeksplorasi profesi kegiatan Public Relations (*Marketing Communication*) khususnya pada bidang *partnership* di perusahaan IT Consultant atau Celerates
2. Mempelajari serta menganalisis kompetitor dan pihak yang berpotensi dapat diminta untuk bekerjasama
3. Mempelajari merancang sebuah acara yang akan dilakukan oleh Celerates bersama dengan perusahaan lain
4. Melatih kemampuan berkomunikasi bersama tim dan pihak eksternal.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi**

1. Memperoleh pengetahuan bekerja sebagai Marketing Communication (Partnership) di perusahaan IT Consultant.
2. Memiliki kemampuan pada bidang komunikasi untuk mempersiapkan diri saat memasuki dunia kerja.
3. Memperoleh pengalaman mengenai kegiatan Marketing Communication (Partnership)
4. Memahami secara langsung cara membangun relasi yang sesuai dan baik bersama para *partner*
5. Meningkatkan kemampuan untuk mengasah kemampuan *soft skill* berupa *problem solving* dan kemampuan *public speaking*.

## **1.3 Tempat Kerja Profesi**

Tempat pelaksanaan Kerja Profesi dipilih praktikan adalah PT Mitra Talenta Group (Celerates) yang berlokasi di dua tempat, memiliki *Head office* yang terletak di The Manhattan Square Building Mid Tower Lantai 12 Unit C-F, Jalan TB. Simatupang Kav. 1-S, Kel, Cilandak Timur, Kec. Pasar Minggu, Kota Adm. Jakarta

Selatan, Prov. DKI Jakarta. Terdapat juga *Training & Recruitment Office* yang terletak di Jl. Kenanga Terusan No.32, Cilandak Timur, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12560. Namun untuk segala bentuk kegiatan perusahaan berpusat pada *Training & Recruitment Office*. Perusahaan ini terus berorientasi untuk berkembang dalam menaungi para pekerja di bidang IT dan melahirkan orang-orang siap kerja di dunia *digital* seperti sekarang.

Alasan praktikan memilih PT Mitra Talenta Group (Celerates) sebagai perusahaan untuk menjalankan program Kerja Profesi adalah karena PT. Mitra Talenta Group (Celerates) merupakan sebuah *IT Consultant* yang sudah memiliki kerjasama dengan perusahaan ternama seperti Indosat Ooredoo, BUMN, ISS, Angkasa Pura, Cybertrend dan lain sebagainya. Selain itu, dapat dilihat juga bahwa program yang dilakukan oleh Celerates terus mengalami peningkatan mulai dari *webinar* yang mereka selenggarakan bernama Koding Ramadhan dan juga program Trainee bernama Celerates Acceleration Program.

Alasan praktikan juga di dukung dengan dunia teknologi yang semakin pesat, sehingga banyak dari perusahaan yang membutuhkan *supply IT Talent*. Selain itu, bidang pekerjaan yang ditawarkan oleh Celerates berupa *Marketing Communication (Partnership)* sejalan dengan ilmu yang sudah saya dapatkan sebagai mahasiswa *public relations*. Komponen pekerjaan yang diberikan berupa mencari relasi dengan pihak eksternal khususnya universitas dan komunitas untuk menjalin kerjasama dengan Celerates, selain itu juga mengurus acara yang melibatkan pihak eksternal seperti webinar dan lain sebagainya. Dengan ikut tergabung dalam perusahaan ini, praktikan berhadapan dapat belajar terkait dunia IT dan juga proses membangun kerjasama yang baik dengan perusahaan maupun institusi ternama. Lingkungan kerja yang ditawarkan oleh Celerates juga sangat menarik perhatian, dimana hal ini disertai dengan para pekerja yang masih didominasi kaum Millennial. Sehingga gaya komunikasi dan berpakaian yang diterapkan pada perusahaan ini tergolong santai atau dapat dikatakan *smart casual*.

## 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1: Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																															
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agust				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, Portofolio, dan Cover Letter																																
2	Mencairi Informasi loker Internship di sejumlah portal																																
3	Apply CV																																
4	Membuat surat pengantar dari pihak universitas																																
5	Mengirim CV ke reddo orz																																
6	Melakukan Intervi ewHR Bersa																																

	ma Reddo orz																		
7	Mengi rim CV ke Celera tes																		
8	Melak ukan Intervi ewTal ent Acquis ition bersa ma Celera tes																		
9	Melak ukan intervi ew user bersa ma Reddo orz																		
10	Melak ukan Intervi ew user bersa ma Celera tes																		
11	Melak ukan intervi ew HR bersa ma Celera tes																		



12	Mendapatkan <i>offerin</i> g dari Celera tes																								
13	Mengumpulkan dokumen keperluan <i>internship</i> Celera tes																								
14	Melakukan tanda tangan kontrak bersama Celera tes																								
15	Pelaksanaan Kerja Profesi																								
16	Pelaksanaan bimbingan Kerja Profesi																								
17	Pembuatan Laporan Kerja																								

	Profesi																																																
	i																																																

Pelaksanaan praktek Kerja Profesi pada Universitas Pembangunan Jaya program studi Ilmu Komunikasi khususnya minor *Public Relations* mewajibkan praktikan untuk melakukan Kerja Profesi sejalan dengan durasi yang telah ditentukan dari pihak universitas yaitu selama 400 jam atau kurang lebih 3 bulan. Praktikan memulai Kerja Profesi di PT Mitra Talenta Group (Celerates) pada 13 Juni 2022 hingga 13 September 2022. Sebelum praktikan melaksanakan Kerja Profesi pada perusahaan PT Mitra Talenta Group (Celerates), praktikan sudah mempersiapkan sejak bulan Maret dengan membuat CV dan portofolio. Lalu selama bulan April, praktikan mulai mencari lowongan pekerjaan di sejumlah platform seperti *Linkedin*, *Jobstreet*, *glints*, dan beberapa akun lowongan kerja Instagram maupun twitter. Memasuki Awal bulan Mei, praktikan melakukan *Apply* CV ke sejumlah perusahaan yang sedang membuka lowongan *Internship* dengan bidang yang sejalan dengan minor praktikan.

Tahap selanjutnya praktikan melamar pada perusahaan Reddoorz dan Celerates pada akhir Mei. Saat itu Reddoorz sedang membuka lowongan *internship* bidang *social media*, berbeda dengan Celerates yang saat itu sedang membuka lowongan *internship* bidang *Marketing Communication (Partnership)*. Proses penerimaan CV pada perusahaan tersebut tergolong cepat, dimana pada minggu tersebut praktikan mendapat tawaran *interview* tahap pertama bersama HR di Reddoorz dan *interview* tahap pertama bersama *Talent Acquisition*. Praktikan menjalankan kedua *interview* tersebut, diiringi dengan pembuatan surat pengajuan Kerja Profesi ke pihak Universitas untuk nantinya diserahkan kepada dua perusahaan tersebut.

Memasuki Bulan Juni, praktikan mendapatkan *invitation* untuk melakukan *interview* tahap kedua di reddoorz dan Celerates bersama *user*. *Interview* tersebut berlangsung hanya jeda 3 hari per perusahaanya. Praktikan mendapatkan *offering* pada perusahaan Celerates di hari yang sama dengan waktu *interview*. Proses penerimaan di Celerates dilanjutkan dengan *interview* bersama *human resource* untuk pembahasan kegiatan kerja dan waktu mulai. PT Mitra Talenta Group (Celerates) melakukan penawaran kerja pada tanggal 13 Juni 2022. Pada tanggal tersebut, praktikan melakukan kunjungan ke Celerates untuk melakukan tanda

tangan kontrak, membahas *plan* selama 3 bulan kedepan bersama *user* dan dikenalkan dengan tim *marketing*. Praktikan melakukan Kerja Profesi dengan sistem *Work From Office* terhitung sejak tanda tangan kontrak yaitu 13 Juni 2022 hingga 13 September 2022. Waktu kerja yang dijalani oleh praktikan selama tergabung di Celerates adalah pada hari Senin - Jumat mulai pukul 09.00 - 18.00. Jam mulai bekerja terkadang disesuaikan dengan jadwal *meeting* yang telah dijadwalkan oleh pihak *internal* maupun *eksternal*. Sehingga setelah melakukan program *internship* pada PT. Mitra Talenta Group, praktikan memiliki total jam kerja sebanyak 540 jam.

