

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Skills, attitude, & experience adalah tiga komponen aspek terpenting yang bersifat lumrah untuk ada pada bagian dari kehidupan manusia, khususnya dalam dunia kerja. Sebelum menjalani dunia pekerjaan perlu untuk memiliki bekal yang dipunya. Apalagi, saat ini memasuki era globalisasi pada dunia kerja yang membuat untuk perlu sadar memiliki kualitas diri dalam menghadapi persaingan yang terjadi karena perkembangan zaman demi bisa bertahan. Dengan memiliki tiga hal tersebut membuat seorang individu mempunyai mental *survive*.

Adapun beberapa alasan yang perlu diketahui mengapa *skills, attitude, & experience* menjadi penting dimiliki calon-calon pekerja ketika hendak memasuki dunia kerja. Untuk *skills/kemampuan*, ada dua bentuk yang dikenal yaitu *soft skill* dan *hard skill*. Kedua bentuk *skill* tersebut sama-sama penting untuk dimiliki. Bahkan, *skill* tersebut harus sudah bisa diasah semenjak dari kuliah dimana mahasiswa tak hanya harus bisa terampil dalam bentuk *hard skill* teknisnya, melainkan *soft skill* individu juga dibutuhkan sebagai keterampilan non teknis seseorang ketika berada di dunia kerja. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Ditjen Dikti Kemendikbud) menyebutkan melalui unggahan Instagramnya bahwa ia telah memaparkan 5 keahlian untuk mahasiswa harus punya agar mampu bersaing secara global. Kelima keahlian tersebut dalam yang dijabarkan menjadi pemecahan masalah (*complex problem solving*), berpikir kritis (*critical thinking*), kreativitas (*creativity*), berkoordinasi dengan orang lain (*coordinating with others*), dan fleksibilitas kognitif (*cognitive flexibility*) (Elisabeth, 2022).

Selanjutnya yaitu *attitude*. Banyak yang menganggap bahwa *attitude* itu terbilang hal sepele. Padahal, menjaga *attitude* selama bekerja dapat membantu untuk bertahan di lingkungan kerja tersebut. Apalagi, ketika berada di bawah naungan payung perusahaan perlu untuk berinteraksi dengan orang lain sehingga

dengan berperilaku *attitude* baik bisa membuat seseorang mampu beradaptasi untuk bisa diterima di berbagai jenis lingkungan yang jenis dan tipe orang didalamnya berbeda-beda.

Attitude juga diperhitungkan sebagai modal yang perlu dimiliki selain *skill* dan pengetahuan. Ketika di dalam dunia kerja, seorang individu cenderung juga dinilai bagaimana cara dirinya ketika berhadapan dengan orang lain. *Attitude* dapat diartikan sebagai penentu dasar dari persepsi dan tindakan seorang individu terhadap semua aspek lingkungan sosial. Apalagi adanya frasa yang berbunyi “jika kamu ingin diperlakukan baik oleh orang lain, maka kamu harus berlaku baik pada orang lain terlebih dulu” semakin menguatkan terkadang dengan menjadi pribadi yang ber *attitude* dapat menyelamatkan di dalam kondisi khususnya pada perusahaan. *Attitude* adalah salah satu hal yang menunjukkan bagaimana kita bersikap dan memperlakukan orang lain (Candrawardhani, 2022).

Di dalam dunia kerja, *attitude* juga bisa diartikan sebagai keadaan mental dan kesiapan saraf yang disusun melalui pengalaman dan bisa memberikan pengaruh dinamis terhadap respon individu lainnya terhadap semua objek yang terkait dengannya. Ada 5 alasan bagi seorang individu untuk memiliki *attitude* yang baik yaitu, pertama, dapat membantu merasa bisa diterima di lingkungan baru. Kedua, membuat pekerjaan terasa lebih mudah karena dengan *attitude* seperti rendah hati dapat menarik pertolongan dari rekan kerja di masa sulit untuk menyelesaikan pekerjaan. Ketiga, *attitude* dapat menjadi tanda bentuk profesionalitas diri seseorang dalam bentuk tanggung jawab ketika mengerjakan pekerjaan. Keempat, dengan melaksanakan *attitude* yang baik, akan dinilai sebagai orang yang dapat diandalkan khususnya jika memiliki *attitude* yang profesionalitas, rendah hati, dan bertanggung jawab. Kelima, dengan memiliki *attitude* yang baik dapat membantu untuk membangun karir yang lebih berkembang di dalam perusahaan. Oleh karena itu, perlu kesadaran untuk menjalankan serta memiliki *attitude* yang baik ketika bekerja di suatu perusahaan.

Pengalaman, termasuk juga kedalam aspek penting di kehidupan. Ketika seseorang memiliki pengalaman di dalam suatu industri, maka dapat dipastikan bahwa dirinya sudah punya dasar untuk melakukan suatu pekerjaan. Dengan kata

lain, ada bekal yang individu peroleh sehingga jika ia melakukan suatu pekerjaan baru yang mirip dengan pekerjaan sebelumnya. Pengalaman dapat membantu untuk memahami pekerjaan baru menjadi lebih gampang.

Untuk mendapatkan pengalaman, ada variasi cara yang mampu dilakukan, khususnya untuk mahasiswa yang bisa mengasah kemampuan. Kegiatan magang atau kerja profesi bisa menjadi kesempatan yang bisa dijalani oleh mahasiswa untuk meraih pengalaman di dunia kerja. Kegiatan tersebut melibatkan mahasiswa secara langsung untuk terlibat dalam suatu perusahaan serta menjalani prosesnya. Kerja Profesi (KP) merupakan kegiatan dengan tujuan mampu memberi gambaran komprehensif kepada mahasiswa mengenai dunia kerja, kesempatan mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah serta berlatih menganalisis teori dan praktik sesuai kompetensi Program Studi (Prodi) dalam lingkungan instansi/perusahaan (Universitas Pembangunan Jaya, 2022).

Universitas Pembangunan Jaya merupakan perguruan tinggi yang mewajibkan para mahasiswanya untuk melaksanakan kegiatan kerja profesi jika ingin lulus karena KP adalah syaratnya dalam proses menyanggah gelar sarjana. Hal tersebut bukannya tanpa alasan, melainkan sebagai cara universitas untuk membuat para mahasiswanya menambah pengalaman, wawasan, dan mengasah kemampuan secara profesional di luar akademik. Semua program studi di Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan pelaksanaan kerja profesi untuk para mahasiswanya, salah satunya yaitu Ilmu Komunikasi. Program Studi Ilmu Komunikasi UPJ mewajibkan mahasiswa yang menempuh pendidikan di bidang keilmuan ini menjalankan kegiatan Kerja Profesi, salah satunya juga minor Hubungan Masyarakat.

Hubungan masyarakat atau *public relations* (PR) memiliki arti 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). Saat ini dimana tengah mengalami masa peralihan dari situasi pandemi Covid-19 yang melanda ke pemulihan tengah dirasakan oleh berbagai bidang pekerjaan di industri manapun, tidak terkecuali hubungan masyarakat. Juga di era

pertempurannya kemajuan teknologi di era industri 4.0 semakin menjadi tantangan yang perlu dipertimbangkan. Dirjen IKP Kemenkominfo RI Usman Kansong mengungkapkan bahwa telah berubah selama pandemi gaya hidupnya, yang membuat praktisi humas perlu mengubah sebagai bentuk adaptasi tentang bagaimana cara menyebarkan informasi secara positif agar sampai diterima ke khalayak dengan tepat sasaran. Dirinya mengatakan bahwa, “mengubah pola pikir, merubah pola kerja, akselerasi kerja, adaptasi, dan penguasaan media digital itu perlu dimiliki humas saat ini.” (Usman, 2021).

Selain itu, berkembang juga tren yang masih berkembang hingga saat ini yaitu media sosial semakin meningkat. Memang tidak akan ada habisnya untuk membicarakan perkembangan teknologi di saat ini. Namun, sosial media menjadi teknologi yang masih akan terus bertahan khususnya di Indonesia. Adanya media sosial yang terus berkembang secara pesat menghadirkan berbagai bentuk *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban untuk praktisi humas melekat digital sebagai upaya mengikuti tren di masa perkembangan zaman era digital. Dengan begitu, segala informasi yang hendak disebarkan dapat diterima melalui berbagai platform kekinian yang tersedia saat ini agar tidak tertinggal (Raharjo, 2021).

Seorang PR juga perlu menyadari bahwa kemajuan teknologi memudahkan pekerjaan *public relations* tapi juga harus sadar bahwa dirinya juga dituntut mampu meningkatkan kompetensi sesuai perubahan zaman. Seperti ada 5 langkah untuk menghadapi transformasi PR di era saat ini yaitu pertama, kompetensi dimana seorang PR harus melakukan *upgrade* dan memiliki kompetensi dalam teknologi dan non-teknologi secara mumpuni dengan fleksibilitas dan mobilitas yang tinggi, kemampuan digital, analitik, menulis konten, membangun jaringan, selalu haus akan informasi terkini dan memiliki spesialisasi. Kedua, konten yang dibuat dalam bentuk personalisasi dapat diartikan bahwa praktisi humas harus berpikir kreatif dan mampu mengembangkan cara berkomunikasi secara personal berartikan bahwa seorang PR harus kreatif dan bisa berkomunikasi secara personal, bukan ‘One Size Fits All messages’. Ketiga, kreatif dan pahami tren global apa saja yang sedang terjadi dimana dapat mengkolaborasikan aspek digital teknologi ini untuk menjalankan

peran fungsi kehumasan di era 4.0. Keempat, memiliki integritas dimana harus tetap berorientasi pada tata kelola (*Good Governance*), akuntabel, transparan dan menjawab bukan hanya kebutuhan stakeholders, tapi juga seluruh warga negara. Kelima, PR tidak bisa berdiri sendiri di era digital ini karena PR butuh digital *content creator, videographer, infographic, ads people, brand people* hingga *marketing* (Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia, 2018). Beberapa dasar tersebut yang membuat praktikan ingin mempelajari bagaimana *public relations* bekerja untuk mempertahankan reputasi dari suatu organisasi di era transisi pandemi agar bisa tetap bertahan.

Praktikan merupakan Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan minor Hubungan Masyarakat, telah menempuh perkuliahan yang berkaitan dengan hubungan masyarakat. Melalui perkembangan media baru, praktikan telah mempelajari melewati mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat, Strategi & Taktik Hubungan Masyarakat, Produksi media Hubungan Masyarakat, dan Hubungan Masyarakat *Online*. Melalui mata kuliah tersebut memberikan pemahaman serta praktek gambaran seperti apa proses komunikasi melalui media baru yang lebih akrab dikenal sebagai media digital. Akar dari mata kuliah tersebut yaitu bagaimana mengkomunikasikan pesan melalui perancangan proses serta perencanaan strategi untuk menyampaikan ke khalayak yang dituju. Pada tugas tersebut pula praktikan sering diberi tugas untuk membuat prototipe/produk perencanaan dan strategi komunikasi berbasis digital dengan mengimplementasikan konsep dan teori yang sudah disampaikan.

Setelah melewati dan lulus pada mata kuliah tersebut, praktikan memiliki ketertarikan untuk mencoba terjun langsung ke bidang profesi yang berbasis digital. Praktikan merasa bahwa dengan bekerja terlibat dengan perusahaan yang berlatar belakang pada bidang tersebut memberikan gambaran bahwa banyak proses kolaborasi penting untuk dilakukan dalam melaksanakan sebuah perencanaan. Jika berhasil mempelajari dan mengerti seperti apa gambarnya, maka Praktikan memiliki pengalaman yang berbasis pada media digital.

TxT Creative merupakan sebuah perusahaan yang berada pada industri di bidang digital. TxT Creative atau PT. Tekstindo Kreasi Optima sebagai agensi

konsultan yang menyediakan jasa. Jasa yang ditawarkan berkaitan dengan segala sesuatu berhubungan berbasis pekerjaan kreatif, produksi desain, dan *digital activation*. Pekerjaan tersebut meliputi *brand identity*, desain produk, desain grafis, animasi 3D, pengelolaan media sosial, dan *key opinion leader* (KOL).

TxT Creative mengerjakan berbagai bentuk komunikasi digital dari kliennya yang datang dari brand/perusahaan. Saat ini, TxT Creative fokus pada pekerjaan seperti sosial media, *campaign*, *booth* 3D, KOL. Banyaknya pekerjaan berkaitan dengan komunikasi digital memikirkan cara seperti apa yang bisa dilakukan untuk menyampaikan pesan dengan tepat dan cepat, terutama dengan memanfaatkan media sosial dan KOL. Hal tersebut menumbuhkan kesadaran dari praktikan bahwa penting dan butuh pembelajaran mengenai bagaimana sebuah perusahaan berstrategi untuk menyebarkan informasi berhasil, khususnya melalui KOL. Kegiatan pembelajaran tersebut ditempuh oleh praktikan melalui pelaksanaan Kerja Profesi di TxT Creative pada bagian *Key Opinion Leader* (KOL). Bidang pekerjaan yang dilaksanakan praktikan sebagai KOL yaitu *listing* KOL, *creative campaign planning* untuk KOL, *brief*, *reporting*, hingga *budgeting*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

- 1) Mempelajari seperti apa cara kerja industri dalam bidang ilmu komunikasi secara langsung.
- 2) Mempelajari bagaimana memproduksi kampanye kreatif dari suatu brand untuk KOL mulai dari perencanaan, produksi, pelaksanaan, hingga evaluasi.
- 3) Mengasah dan memperkuat kemampuan dalam bidang dunia kreatif.
- 4) Mempelajari pengelolaan *influencer* (KOL) untuk *campaign* dari beberapa produk ternama.
- 5) Mengasah kemampuan untuk berkomunikasi dengan klien maupun KOL.
- 6) Melatih kemampuan bertanggungjawab pada pengelolaan KOL dari awal hingga akhir.
- 7) Melatih kemampuan negosiasi dengan berbagai pihak untuk menemukan solusi terbaik.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- 1) Mendapatkan pengalaman pekerjaan menjadi seorang *Key Opinion Leader Officer*.
- 2) Mampu berkomunikasi dengan *influencer* dan klien secara efektif.
- 3) Mampu melakukan produksi sebuah kampanye untuk *influencer*, dari awal perencanaan, produksi, pelaksanaan, hingga evaluasi.
- 4) Memperoleh pengetahuan mengenai alur bekerja seperti apa dalam pengelolaan *key opinion leader/influencer*.
- 5) Memperoleh pengetahuan mengenai cara bernegosiasi dengan berbagai pihak.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat Kerja Profesi yang dilaksanakan oleh praktikan berada di TxT Creative (PT. Tekstindo Kreasi Optime), dimana lokasinya di Ruko Dalton Timur DLNT 026-027, Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Kab. Tangerang, Provinsi Banten. TxT Creative adalah konsultan/agensi kreatif/*design/digital* yang memiliki beragam jasa untuk ditawarkan. TxT Creative bekerja untuk menangani kebutuhan klien yang datang dari berbagai brand sesuai dengan yang diinginkan oleh mereka. Berdiri sejak tahun 2015, beberapa jasa yang ditawarkan oleh TxT Creative yaitu identitas *brand*, *design graphic*, *website*, *event booth*, *motion graphic*, *social media campaign*, *key opinion leader* (KOL), dan lainnya.

Alasan praktikan memilih TxT Creative sebagai perusahaan untuk menjalani Kerja Profesi bahwa latar belakang perusahaan yang berbasis digital ketika menjalani bidang pekerjaan utama mereka. Latar belakang yang digital oriented membuat praktikan ingin terjun langsung mempelajari pekerjaan dengan melihat perkembangan teknologi, komunikasi, serta informasi saat ini. Cepat dan tanggap taktik seperti apa bertahan dalam lingkup basis digital dalam melaksanakan pekerjaan. Dasar itulah yang membuat praktikan merasa tepat untuk belajar menjalani Kerja Profesi di TxT Creative.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kerja Profesi merupakan mata kuliah syarat kelulusan yang bersifat wajib dijalankan oleh seluruh mahasiswa reguler di Universitas Pembangunan Jaya (UPJ). Kerja Profesi memiliki bobot 3 (tiga) sks dan pelaksanaannya dilakukan minimal 400 (empat ratus) jam dengan maksimal 8 (delapan) jam kerja per harinya (tanpa memperhitungkan jam istirahat di instansi/perusahaan tersebut). Praktikan melaksanakan Kerja Profesi selama kurang lebih 60 hari (8 jam dalam sehari) yang totalnya kurang lebih 480 jam. Praktikan mulai bekerja dari 6 Juni 2022 hingga 6 September 2022. Sebelum bekerja di TxT Creative, praktikan sudah berupaya mencari tempat Kerja Profesi di tempat lain yang rinciannya ada di bawah ini.

No	Kegiatan	Bulan																				
		Mei				Juni				Juli				Agustus				September				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Memproduksi CV, Portfolio, dan Cover Letter																					
2	Mengirimkan Lamaran																					
3	Mendapatkan Tawaran di TxT Creative																					
4	Mengirimkan Lamaran ke TxT Creative																					
5	Melaksanakan Proses Interview dengan TxT Creative																					
6	Diterima di TxT Creative																					
7	Pelaksanaan Kerja Profesi																					
8	Pelaksanaan Bimbingan Kerja Profesi																					
9	Produksi Laporan Kerja Profesi																					
10	Pengumpulan laporan Kerja Profesi																					

Tabel 1. 1 Timeline Pekerjaan Praktikan

Praktikan mencari informasi lowongan untuk Kerja Profesi melalui platform LinkedIn dan Glints. Posisi yang memiliki keterkaitan dengan bidang kehumasan di apply oleh praktikan. Selain melalui platform tersebut, praktikan juga mencari lowongan di beberapa website perusahaan yang menyediakan posisi Kerja Profesi/magang. Terakhir, melalui Instagram Story kolega praktikan yang mengunggah lowongan Kerja Profesi.

Berdasarkan tabel diatas, Praktikan memulai masa KP dengan menyusun daftar riwayat hidup (CV), *portfolio*, dan *cover letter* untuk memenuhi persyaratan dalam melakukan proses apply posisi magang. Aktivitas tersebut dilakukan oleh Praktikan pada bulan Mei (sebelum masa KP dimulai). Setelah sudah membereskan segala administrasi, Praktikan mulai menyebarkan lamaran ke beberapa posisi di

perusahaan yang membuka program *internship* melalui *platform* maupun secara manual dengan mengirimkan *email*. Kegiatan tersebut dilakukan di bulan Mei 2022 dalam kurang lebih dalam kurung waktu selama 2 (dua) minggu.

Praktikan melamar ke tempat pertama, yaitu Allo Bank. Informasi yang diperoleh melalui unggahan seorang kolega di Instagram melalui fitur *Story*. Praktikan melamar untuk posisi *Event Organizer Internship* di Allo Bank. Sayangnya, Praktikan tidak kunjung menerima konfirmasi mengenai lolos atau tidaknya di posisi ini.

Tempat selanjutnya yaitu TxT Creative, informasi yang diterima oleh praktikan yaitu melalui unggahan *Instagram Story* dari seorang kolega juga. Sebelum itu juga, Praktikan memastikan untuk lowongan tersebut di laman akun TxT Creative di Instagram. Setelah itu, Praktikan melamar untuk posisi KOL *Internship*. Kemudian, Praktikan dihubungi untuk melakukan konfirmasi dan informasi wawancara untuk tahap rekrutmen. Akhirnya, Praktikan dikabarkan berhasil dan diterima untuk menjalani KP di TxT Creative untuk posisi KOL *Internship*. Praktikan memulai masa KP dari tanggal 6 Juni 2022 hingga 6 September 2022.