

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Komunikasi merupakan kegiatan yang selalu dilakukan oleh tiap individu, kapan pun dan dimana pun mereka berada. Bahkan manusia dikatakan tidak bisa hidup di dunia tanpa berkomunikasi. Komunikasi sendiri merupakan proses pengiriman pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada para penerimanya, atau biasa disebut dengan komunikan. Proses komunikasi ini mencakup banyak sekali segi ruang lingkup kehidupan manusia, dari mulai ketika seseorang bangun tidur dan memulai aktivitasnya, hingga ia tidur kembali di malam hari. Setiap orang pasti berkomunikasi demi memenuhi kebutuhannya, namun dengan cara yang berbeda-beda. (Cangara, 2013).

Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu universitas swasta yang memiliki program studi ilmu komunikasi, di mana dalam rumpun tersebut terbagi lagi menjadi dua minor, yaitu minor *Public Relations* dan *Broadcasting Journalism*. Dalam hal ini, praktikan memilih minor PR, dikarenakan tiap perusahaan atau organisasi pasti membutuhkan peran seorang *Public Relations* atau PR untuk membangun reputasi yang baik bagi perusahaan, dan berperan aktif dalam menjembatani pihak perusahaan dengan pihak eksternal maupun internal agar hubungan tetap terjaga. *Public Relations* sendiri memiliki definisi yaitu sebagai fungsi manajemen yang membangun serta bermanfaat bagi hubungan organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2011).

Selain bertugas sebagai media yang menjembatani komunikasi antar perusahaan dengan publik, seorang praktisi *Public Relations* juga memiliki peran lainnya, yaitu membentuk citra yang baik bagi perusahaan dalam pandangan publik. Seorang *Public Relations* diwajibkan memiliki kemampuan dalam membangun *image* dan *brand awareness* dari perusahaan yang ia wakili, serta dapat menganalisis tanggapan yang diberikan oleh masyarakat umum. Komunikasi persuasif seringkali digunakan dalam proses pengiriman pesan atau informasi yang ditujukan kepada publik.

Karena pentingnya posisi seorang *Public Relations* sebagai wajah dari sebuah perusahaan, maka perlunya perhatian yang khusus ketika proses penyampaian pesan akan dilakukan, agar informasi yang ingin disampaikan dapat diterima oleh public dengan efektif tanpa terjadinya kesalahan penafsiran. Hal inilah yang menyebabkan seorang *Public Relations* memerlukan strategi komunikasi agar informasi yang disampaikan bersifat faktual dan terjamin keakuratannya. Strategi komunikasi merupakan sebuah taktik atau rencana strategis yang komprehensif dan disusun dengan sedemikian mungkin, dan digunakan ketika suatu organisasi akan mengambil serangkaian tindakan untuk mencapai tujuannya, dengan acuan manajemen komunikasi serta perencanaan komunikasi (Wahidah, 2018).

Dalam rangka penyusunan strategi komunikasi, diperlukannya proses analisis, yang melibatkan banyak pertimbangan, dengan memperhitungkan berbagai faktor pendukung maupun penghambat yang sekiranya akan muncul ketika strategi komunikasi tersebut diimplementasikan. Oleh sebab itu, penyusunan strategi komunikasi sangat penting untuk dilakukan demi meningkatkan efektifitas pesan komunikasi, sehingga tujuan utama dari proses komunikasi ini tercapai. Beberapa hal yang dilakukan dalam merangkai sebuah strategi komunikasi diantaranya yaitu menentukan target sasaran yang tepat, memperkirakan efek apa yang mungkin ditimbulkan dari pesan yang ingin disampaikan kepada audiens, agar pesan yang dikomunikasikan mendapat feedback yang sesuai dengan apa yang dituju, dengan cara mengurangi potensi munculnya hambatan dan memperkecil peluang terjadinya kegagalan.

Peranan dan tanggung jawab yang dimiliki oleh seorang *Public Relations* ini tentunya harus dikuasai oleh seluruh mahasiswa yang memang ingin terjun ke dalam profesi tersebut. Oleh sebab itu, sebagian besar perguruan tinggi atau universitas yang memiliki fakultas humaniora dan bisnis, pasti memiliki mata kuliah yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kerja profesi atau biasa disebut dengan magang. Praktikan merupakan salah satu mahasiswa di Universitas Pembangunan Jaya yang telah menyelesaikan *internship* atau program Kerja Profesi (KP) yang dilaksanakan oleh Universitas Pembangunan Jaya. Program tersebut dibuat sebagai salah satu mata kuliah wajib untuk semua mahasiswa UPJ semester 7, dengan tujuan utama yaitu agar para lulusan UPJ akan memiliki pengalaman nyata dalam dunia kerja serta menambah *softskill* maupun *hardskill*

dan wawasan baru melalui mata kuliah ini. Program Kerja Profesi ini menerapkan ketentuan minimum waktu bekerja yaitu selama 400 jam atau kurang lebih selama tiga bulan. Karena praktikan merupakan mahasiswa dengan minor *Public Relations*, maka praktikan diwajibkan untuk memilih organisasi atau perusahaan yang bergerak di bidang kehumasan sebagai tempat melakukan kerja profesi. Mata kuliah kerja profesi ini dibentuk dengan tujuan agar para lulusan Universitas Pembangunan Jaya memiliki kredibilitas dan skill yang dibutuhkan ketika telah menjadi *fresh graduate* dan akan memasuki zona persaingan dalam mencari pekerjaan yang sesuai dengan minornya. Oleh sebab itu, praktikan memilih salah satu perusahaan agensi baru yang saat itu sedang membuka lowongan untuk *internship* sebagai *Community Intern*.

Deskripsi tugas seorang *Community Intern* dalam divisi *community associate* hampir serupa dengan tugas yang dimiliki oleh seorang *Public Relations*, Di mana tugas utamanya yaitu menjadi seorang penghubung antara perusahaan dengan komunitas yang menjadi target khalayak perusahaan tersebut. Beberapa elemen yang biasanya digunakan dalam divisi ini antara lain yaitu, distribusi konten, *community support*, dan *engagement digital* lainnya. Seorang *Community Intern* juga memiliki beberapa kewajiban yang harus dikerjakan, yaitu mencari *feedback* atau masukan dari komunitas maupun pelanggan melalui interaksi yang terjalin, memberikan informasi yang berbobot serta dukungan kepada komunitas atau public, serta meningkatkan *brand awareness* pada khalayak luas.

Kemiripan tugas serta tanggung jawab yang diberikan dalam divisi *community associate* dengan praktisi seorang *Public Relations* ini lah yang membuat praktikan tertarik untuk melakukan *internship* di perusahaan yang sedang mencari kandidat yang akan diletakan dalam posisi tersebut. Bidang pekerjaan yang dipilih harus memiliki keterkaitan dengan pembelajaran atau teori yang sudah diberikan pada saat perkuliahan, hal ini dimaksudkan agar praktikan dapat melakukan implemtasi ilmu pengetahuan yang sebelumnya sudah didapatkan selama perkuliahan dan dapat diterapkan secara langsung ketikan melakukan program kerja profesi. Beberapa mata kuliah yang mendukung program kerja profesi praktikan diantaranya yaitu Pengantar Hubungan Masyarakat, Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat, dan Manajemen Acara. Ketiga mata kuliah tersebut mempelajari tentang bagaimana proses komunikasi yang terjalin antara seorang humas dengan pihak lainnya, atau bagaimana seorang praktisi PR dapat menjadi

jembatan antara pihak perusahaan dengan pihak eksternalnya., menjalankan fungsi PR dengan baik, dan juga bagaimana cara melakukan perencanaan program serta melaksanakan sebuah acara dengan baik dan berhasil. Melalui beberapa matkul tersebut, praktikan dapat memperoleh pengetahuan terkait fungsi praktisi PR khususnya dalam menjalin dan membangun hubungan yang baik dengan pihak di luar perusahaan, dalam hal ini merupakan parra komunitas yang menjadi pihak pendukung utama bagi perusahaan yang praktikan tempati.

Perusahaan yang dipilih oleh praktikan untuk menuntaskan mata kuliah kerja profesinya adalah Bali United Creative, sebuah agensi sekaligus anak perusahaan dari klub sepak bola profesional Indonesia yaitu Bali United Football Club. Praktikan ditempatkan dalam salah satu unit yang dimiliki perusahaan yaitu pada unit Karya Digital Madani (KDM) di divisi *community associate* sebagai *Community Intern* dan bertugas untuk melayani klien utamanya, yaitu PT Permodalan Nasional Madani (PNM). PNM merupakan anggota dari holding ultra mikro aktif milik BUMN yang berfungsi untuk memberikan permodalan dan memajukan usaha para anggota nasabahnya. Tujuan utama yang ingin diraih oleh PNM yaitu untuk membuat usaha yang dimiliki para nasabahnya *go digita*. Hal ini dikarenakan sebagian besar nasabah PNM berasal dari golongan ibu-ibu pelaku UMKM yang memiliki literasi digital yang cukup rendah. Oleh sebab itu, tugas utama yang dimiliki oleh praktikan yaitu untuk membantu para nasabah PNM agar bisa beradaptasi dengan dunia digital serta dapat terus mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai *Community Intern*.di Bali United Creative

1. Mempelajari profesi sebagai praktisi *Public Relations* dalam perusahaan *creative agency*.
2. Mempelajari kegiatan *Community Relations* yang dilakukan pada perusahaan *creative agency*
3. Meningkatkan wawasan, pengetahuan, skill dalam dunia kerja, dan pengalaman terkait *Community Relations* pada perusahaan *creative agency*

1.2.1 Tujuan Kerja Profesi sebagai *Community Intern*.di Bali United Creative

1. Mendapatkan wawasan serta pengalaman bekerja sebagai *Public Relations* dalam perusahaan *creative agency*
2. Memperoleh pengetahuan serta dapat melakukan profesi *Public Relations* mengenai kegiatan *Community Relations* dalam perusahaan *creative agency*
3. Mendapatkan wawasan, pengetahuan, skill dalam dunia kerja, dan pengalaman terkait *Community Relations* pada perusahaan *creative agency*

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : PT. Kreasi Karya Bangsa (Bali United Creative)

Alamat : Wisma Bali United, Jalan Panjang No. 29, Kedoya Selatan, Jakarta Barat

United Creative merupakan *creative agency* milik perusahaan Bali United dan didirikan oleh Putri Paramitha Sudali dan bergerak pada bidang olahraga di bawah naungan PT KREASI KARYA BANGSA yang telah berdiri sejak 2018. United Creative berlokasi di daerah Jalan Panjang Kedoya, Jakarta Barat. United Creative sendiri memiliki website perusahaan, yaitu unitedcreative.co.id dan instagram yaitu www.instagram.com/theunitedcreative/. United Creative memiliki beberapa klien, antara lain Indofood, Indomie, Indomilk, Aishaderm, Elevenia, Sari Roti, Bareska, ACA Asuransi, Bengkel BOS, Corsa, Achilles, Bola Nusantara, Planet Ban, dan Mobil.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agust				Sept				Jan			
		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	Pencarian Tempat KP					■	■	■	■																				
3	Mengurus dokumen KP									■	■	■	■																
4	Melaksanakan KP													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Membuat Laporan KP													■	■	■	■	■	■	■	■								
6	Melakukan Bimbingan Final KP																									■			
7	Mengumpulkan Laporan KP																												■

Dalam melaksanakan kerja profesi, praktikan telah melalui berbagai tahapan yang dimulai sejak bulan April hingga bulan September pada tahun 2022. Di mana dalam tahapan tersebut, terdapat enam proses, yaitu diawali ketika praktikan mulai membuat berbagai dokumen untuk keperluan magang seperti *curriculum vitae* (CV) dalam format ATS dan membuat portofolio serta *cover letter*. Pada awal bulan Mei, praktikan mulai mencari informasi magang atau *internship* melalui aplikasi *Glints* dan *LinkedIn*, praktikan juga menerima berbagai rekomendasi dari pihak keluarga dan teman kampus.

Kemudian di awal bulan Juni tahun 2022, praktikan mulai melakukan berbagai interview di beberapa instansi atau perusahaan yang saat itu memang sedang membuka lowongan *internship* bagi para mahasiswa. Setelah melalui berbagai tahapan dan masa menunggu, perusahaan United Creative merupakan perusahaan pertama yang menghubungi kembali praktikan dan menginformasikan bahwa praktikan telah lulus dalam tahap wawancara dan akhirnya dapat mulai bekerja pada akhir Juni yaitu pada tanggal 20 Juni 2022. Pada awalnya, perusahaan United Creative memberikan tawaran untuk bekerja dalam divisi *social*

media, namun praktikan lebih memilih untuk masuk dalam divisi *Community Intern* karena praktikan belum memiliki pengalaman dalam divisi yang bergerak dalam penanganan komunitas, dan praktikan ingin menambah ilmu baru.

Praktikan akhirnya mulai melaksanakan aktivitas kerja profesi pada tanggal 20 Juni – 19 September 2022. Jadwal kerja profesi dilakukan setiap hari Senin – Jumat, mulai sejak pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB, namun tidak menutup kemungkinan untuk praktikan bekerja lebih dari jam kerja operasional tersebut, serta praktikan juga sering bekerja pada hari Sabtu dan Minggu, jika terdapat sebuah urgensi untuk datang ke kantor maupun pelaksanaan *event*. Maka dapat dihitung durasi praktikan dalam menjalankan program magang ini dengan kurun waktu 3 bulan atau setara dengan durasi 400 jam. Dalam proses kerja profesi ini, praktikan memiliki kewajiban untuk membuat laporan kerja profesi serta melaksanakan bimbingan selama masa pengerjaannya, dan diakhiri dengan pengumpulan laporan kerja profesi di akhir bulan September.

