

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Kerja Profesi merupakan program perkuliahan yang dapat memberi banyak sekali pengalaman serta wawasan baru bagi mahasiswa semester akhir yang kelak akan menyelesaikan masa pendidikannya, dan akan menempuh di jalan yang baru dalam merintis jenjang karirnya. Selain itu, perusahaan yang ditempati oleh para mahasiswa dapat menjadi wadah implementasi segala ilmu yang telah mahasiswa dapatkan dari awal perkuliahan dalam program studi Ilmu Komunikasi dengan minor *Public Relations* di Universitas Pembangunan Jaya. Perusahaan United Creative merupakan anak perusahaan dari Bali United (PT Bali Bintang Sejahtera) yang bergerak pada bidang agensi kreatif, dan bernaung di bawah PT Karya Kreasi Bangsa (KKB). Kantor United Creative berlokasi di Wisma Bali United, Jalan Panjang No. 29, Kedoya Selatan, Jakarta Barat.

Pada kegiatan Kerja Profesi ini, praktikan ditempatkan di divisi KDM (Karya Digital Madani) sebagai *Community Intern*. Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi sebagai *Community Intern* di United Creative, praktikan dapat banyak sekali pengalaman baru serta mempelajari beberapa hal dari kegiatan KP dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Selama masa pelaksanaan program KP, praktikan mendapatkan pengalaman dalam bekerja di divisi *Community Intern* pada perusahaan yang bergerak dibidang agensi kreatif, di mana *flow* bekerja yang diterapkan dalam agensi ini memiliki ritme yang cepat namun dengan jam kerja yang lebih fleksibel.
2. Praktikan juga mendapatkan pengalaman dan pengetahuan terkait pengelolaan komunitas pada perusahaan. Komunitas yang dilayani oleh divisi praktikan berasal dari para nasabah milik PT Permodalan Nasional Madani (PNM) yang memiliki total terhitung 10,1 juta nasabah aktif menurut data yang tersaji pada website PNM.
3. Dalam menjalin komunikasi dengan para anggota komunitas, praktikan harus memiliki skill komunikasi untuk berinteraksi dengan para nasabah

tersebut yang berasal dari berbagai macam daerah dengan latar belakang yang berbeda-beda. Nasabah PNM sendiri hanya khususkan bagi kaum wanita dengan rentan usia 18-55 tahun, sehingga praktikan mendapatkan ilmu baru tentang bagaimana cara memulai percakapan dengan komunitas publik yang berusia lebih dari 40 tahun dengan pendekatan yang berbeda.

4. Melalui partisipasi praktikan dalam kegiatan *Community Relations*, praktikan mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan dalam menjangkau komunitas perusahaan
5. Dalam kegiatan eksternal, praktikan juga belajar dalam mengelola KOL untuk bisa menjalin kerja sama dengan sebuah brand ataupun influencer yang dapat mempromosikan bisnis yang dimiliki client perusahaan, namun dalam hal ini sistem kerja sama dengan KOL hanya sebatas barter value saja sehingga praktikan harus dapat meyakinkan KOL mengenai keuntungan berupa exposure yang dapat menguntungkan semua pihak.
6. Praktikan juga belajar melakukan analisis terhadap report insight KOL yang sudah selesai menjalankan project atau campaign perusahaan.
7. Praktikan mendapatkan pengalaman menjadi manpower dalam beberapa event besar, sehingga praktikan dapat memahami bagaimana teknik koordinasi dengan para vendor acara dan mengikuti rundown acara dengan tertib hingga selesai.

Dari kegiatan Kerja Profesi yang telah dijalankan praktikan selama tiga bulan ini, praktikan memperoleh banyak sekali ilmu serta pengalaman baru dari perusahaan. Praktikan juga telah mengimplementasikan beberapa teori yang telah diajarkan sebelumnya di beberapa mata kuliah pada minor *Public Relations* dalam proses kerja. Praktikan juga menjadi lebih berani dalam membangun hubungan dengan pihak atau masyarakat yang di luar dari generasi praktikan, demi mendapat banyak variasi perspektif masyarakat dari berbagai kalangan.

4.2 Saran

Selama menuntaskan kegiatan Kerja Profesi di PT Kreasi Karya Bangsa (Bali United Creative) sebagai *Community Intern* praktikan ingin memberikan

beberapa masukan atau saran yang ditujukan bagi perusahaan. Berikut adalah beberapa masukan pratikan yang dapat menjadi bahan pertimbangan atau acuan perusahaan dalam melakukan kegiatan evaluasi perusahaan untuk meningkatkan kualitas mutu perusahaan Bali United Creative.

4.2.1 Saran untuk United Creative

1. Meningkatkan atau memperbanyak tahapan evaluasi terkait seluruh program yang telah dilaksanakan.
2. Melakukan keragaman pada jenis perencanaan program dan melaksanakan pengurangan alur pekerjaan agar menjadi lebih *simple*, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi.
3. Menjaring sumber daya manusia yang sudah memiliki banyak pengalaman di bidang *Community Relations* agar dapat memberikan masukan dalam mempermudah penyebaran informasi kepada komunitas
4. Memperluas jangkauan program-program yang hendak dilaksanakan untuk para anggota komunitas
5. Mengadakan *weekly* maupun *monthly* meeting pada divisi *Community Associate* dengan pihak PNM agar dapat melakukan brainstorming bersama untuk membuat
6. Melakukan evaluasi menyeluruh bersama dengan perwakilan komunitas, terkait semua acara yang melibatkan partisipasi dari komunitas tersebut agar mendapatkan sudut pandang dari kedua belah pihak bersangkutan.
7. Melibatkan anak magang dalam proses pembuatan suatu program atau acara terbaru untuk mendapatkan masukan dari sisi anak magang di Bali United Creative

4.2.2 Saran untuk IPTEK

1. Universitas dapat menambahkan keragaman materi pembelajaran dari segi *Community Relations* dalam praktisi minor *Public Relations*
2. Universitas dapat meningkatkan pembelajaran pada mata kuliah Strategi Taktik Humas dengan mengulas pembahasan terkait *Community Relations*
3. Meningkatkan frekuensi praktik di tugas kehumasan untuk memperbanyak pengalaman bagi mahasiswa