

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Berkembangnya komunikasi korporasi dalam era teknologi telah mengalami perubahan yang signifikan. Sehingga mempengaruhi bagaimana perusahaan berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, pemegang saham dan masyarakat umum. Perkembangan tersebut membuat kebutuhan akan tenaga kerja yang memiliki kualitas tinggi semakin banyak, hal tersebut penting karena tenaga kerja Indonesia mampu bersaing dengan tenaga kerja asing, (Herdyanti, 2020). Salah satu cara untuk menjadi tenaga kerja yang berkualitas dan efektif adalah menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari dengan pengalaman kerja nyata.

Profesi sebagai seorang *corporate communication* menjadi salah satu profesi yang cukup diminati. Lebih jelas, *corporate communication* merupakan payung yang menaungi berbagai jenis komunikasi perusahaan, termasuk *public relations*, *investor relations*, *internal communication*, dan *corporate social responsibility* (SCR). Pada *corporate communication* lebih sering menggunakan komunikasi dua arah. Sedangkan *public relations* aktif menggunakan saluran komunikasi seperti media untuk kepentingan tertentu. (Ardina, 2022).

Public relations atau hubungan masyarakat merupakan awal dari fungsi *corporate communication* atau komunikasi korporasi yang tumbuh karena kebutuhan. *Corporate communication* bisa menjadi salah satu strategi perusahaan untuk menyebarkan informasi oleh berbagai generalisasi dan spesialis dalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menyebarkan informasi kepada pihak internal maupun eksternal. Memasuki era digitalisasi yang semakin variatif dan berkembang, maka pekerjaan *corporate communication* dituntut untuk bisa menyampaikan informasi secara efektif di era digitalisasi. Hal ini, mengingat bahwa fungsi *corporate communication* mencakup penyebaran informasi internal dan eksternal.

Pekerjaan *corporate communication* memiliki peranan penting dalam menciptakan *branding* perusahaan, berkontribusi membangun dan menciptakan reputasi melalui komunikasi dua arah dengan publik. Selain itu, menjaga

kepercayaan *stakeholder*, pemerintah, dan para pemegang saham merupakan tugas dari *corporate communication*. Melalui fungsi dari *corporate communication* dalam perusahaan, diharapkan bisa mencegah hal-hal buruk yang bisa mengancam nama baik perusahaan, serta bisa menyampaikan informasi perusahaan sehingga menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan pihak internal dan eksternal.

Perkembangan teknologi membawa perkembangan yang pesat sehingga membawa dampak bagi perusahaan untuk menjalankan penyebaran informasi secara luas. Salah satu perkembangan pesat dari teknologi yaitu perubahan komunikasi melalui media sosial. penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi sehingga publik dapat dengan resmi memperoleh informasi perusahaan. Menurut Yunita dalam (Rahmaniya & Yulianita, 2023) media sosial memiliki banyak manfaat, seperti membangun identitas, menjadi tempat interaksi dua arah, dan membangun reputasi perusahaan.

- Media sosial merupakan salah satu bentuk media yang bermanfaat untuk membagikan dan memperoleh informasi secara cepat dan bisa dijangkau dimana saja. Media sosial mampu menciptakan interaksi atau komunikasi dua arah yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan interaksi dengan pengguna maupun pengikut. Banyak jenis media sosial diantaranya Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, dan LinkedIn.

Pengguna LinkedIn di Indonesia menunjukkan angka 23,00 juta pengguna pada awal 2023. Media sosial LinkedIn membatasi penggunaan mulai dari usia 18 tahun keatas, dimana LinkedIn merupakan platform profesional pengguna untuk mencari kerja mau pun mencari informasi resmi perusahaan. Pada awal tahun 2023 pengguna LinkedIn didominasi oleh pengguna laki-laki sebesar 54,8% dan perempuan 45,2%, (datareportal.com, 2023). Dari data tersebut menjelaskan bahwa penting bagi perusahaan untuk membentuk citra positif dan profesional agar mendapatkan feedback baik dari pengguna. Saat ini, perusahaan sering menggunakan media sosial untuk memberikan informasi terbaru mengenai perusahaan.

Melalui media sosial informasi dapat dikemas dengan menarik sehingga dapat menimbulkan perhatian publik kepada perusahaan. Jika perusahaan terus konsisten dalam membuat konten dan melakukan interaksi dengan publik, maka akan menimbulkan citra baik perusahaan dimata publik . Oleh karena itu

mahasiswa perlu mempelajari konsep mengenai pengemasan konten dengan baik, tidak hanya konsep mahasiswa harus mempelajari peimplemantasian konsep di dunia nyata atau dunia kerja.

Ketika memahami konsep dunia kerja, standar pendidikan harus ditingkatkan untuk menciptakan mahasiswa baru yang kompeten. Melalui program Kerja Profesi dapat memberikan pemahaman dalam dunia kerja, mahasiswa tidak hanya memahami konsep yang diterima selama perkuliahan, namun mahasiswa dapat memiliki kemampuan yang kompeten baik secara konsep dan implementasi secara langsung melalui program Kerja Profesi. Selain menjadi penunjang di dunia kerja, melalui kerja profesi diharapkan memberikan solusi untuk menciptakan mahasiswa baru yang kompeten sesuai dengan bidang ditekuni.

Penting bagi seorang mahasiswa dan *fresh graduate* untuk mempersiapkan segala kebutuhan yang dapat menunjang di dunia kerja. Saat ini perusahaan-perusahaan memiliki kriteria salah satunya pelamar kerja harus memiliki pengalaman bekerja sebelumnya, (Amanda, 2023). Hal tersebut sempat dialami oleh praktikan saat mencari posisi Kerja Profesi. Hal tersebut terkadang tidak tertulis dalam *recruitment* namun ketika melakukan wawancara praktikan sempat ditanya pengalaman kerja. Oleh karena itu, saat ini memerlukan kesiapan bekerja yang matang agar dapat melalui permasalahan tersebut.

Melalui Kerja Profesi mahasiswa akan mendapatkan sebuah pengalaman baru yang menjadi penunjang awal di dunia kerja. Sehingga kerja profesi dapat menjadi nilai tambahan bagi mahasiswa ketika melakukan wawancara dengan suatu perusahaan. Kesiapan kerja adalah keadaan umum seseorang yang melibatkan kestabilan mental, fisik, dan pengalaman yang memadai dalam suatu kegiatan pekerjaan. (Falaqiyah, 2021). Oleh karena itu, memasuki dunia kerja diperlukan kesiapan kerja untuk meningkatkan kinerja dan kualitas kerja.

Menurut Pool dan Sewell 2007 dalam Muspawi, M., & Lestari, A. (2020) ada empat aspek utama dalam kesiapan kerja yaitu keterampilan, dan kemampuan yang dibutuhkan dalam melaksanakan beberapa tugas hasil dari pelatihan dan pengalaman yang didapat. Aspek dalam keterampilan yaitu mampu menyesuaikan diri, kreatif, inovatif yang meliputi intrapersonal dan interpersonal. Pemahaman, yaitu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memahami dan mengerti apa yang telah di ketahui dan dipahami sehingga saat bekerja bisa melakukan dan memperoleh kepuasan. Aspek dalam pemahaman yaitu dapat

mempelajari, memahami, mengambil keputusan, dan mempersiapkan apa yang akan terjadi kedepannya. Ilmu pengetahuan merupakan ilmu dasar secara teoritis yang dapat memiliki kemampuan di bidangnya. Atribut kepribadian merupakan pendorong seorang untuk memunculkan potensi di dalam dirinya seperti etika tanggung jawab dan manajemen waktu.

Memenuhi aspek utama dalam kesiapan kerja, maka seorang mahasiswa dapat menempuh dunia pendidikan terlebih perguruan tinggi. Hal ini tidak dapat dilewatkan, karena mahasiswa harus memiliki konsep dasar sebelum memiliki kemampuan pengimplementasian di dunia kerja. Melalui perguruan tinggi mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan dan akan memiliki kemampuan sesuai dengan bidangnya.

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya memiliki dua minor yaitu *Public Relations* dan *Journalism Broadcasting*. *Public Relations* merupakan minor yang mempelajari strategi komunikasi, penulisan dan pengeditan *public relations*, *media relations*, komunikasi internal, penyelenggaraan acara, pengelolaan krisis dan media sosial. Minor *public relations* dirancang untuk mahasiswa yang tertarik dalam bidang komunikasi, pemasaran, dan hubungan masyarakat.

Sedangkan minor *journalism broadcasting* mempelajari dasar-dasar jurnalisme termasuk mempelajari etika penulisan berita, penyuntingan video, penyuntingan audio, penulisan naskah, menjadi wartawan lapangan, dan memproduksi berita dan program terkait dengan penyiaran. Minor *journalism broadcasting* dirancang untuk mahasiswa yang tertarik memasuki bidang jurnalisme penyiaran sehingga mahasiswa akan memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai jurnalisme.

Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa untuk menjalani kerja profesi sebagai salah satu capaian akhir dalam sistem perkuliahan. Praktikan sebagai salah satu mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi wajib melaksanakan sistem Kerja Profesi tersebut. Sehingga praktikan melaksanakan Kerja Profesi untuk memenuhi syarat kelulusan yang berlaku di Universitas Pembangunan Jaya.

Kerja Profesi bertujuan untuk penerapan materi – materi yang telah dipelajari selama proses perkuliahan. Pelaksanaan kerja profesi dapat dijadikan gambaran dunia kerja selanjutnya. Menurut Sumardiono dalam (Komaria, 2021)

Kegiatan Kerja Profesi atau magang dapat menjadi suatu proses belajar melalui seorang ahli di berbagai kegiatan di dunia nyata.

Praktikan memilih untuk menjalankan kerja profesi dalam bidang *public relations* karena praktikan ingin mengeksplorasi untuk mengembangkan diri dalam rumpun *public relations*, praktikan juga ingin mengetahui bagaimana perusahaan PT MNC Kapital Indonesia Tbk dalam menjalankan hubungan baiknya dengan *skateholder*. PT MNC Kapital Indonesia Tbk mempunyai kemampuan dalam meningkatkan citra perusahaan dimata *skateholder*. Mampu mengikuti perkembangan teknologi dengan menyediakan berbagai layanan berbasis online. Mengelola komunikasi yang baik dengan *skateholder* dan karyawan menjadikan alasan praktikan memilih untuk melakukan Kerja Profesi di PT MNC Kapital Indonesia Tbk.

Perusahaan membutuhkan *corporate communication* untuk mengelola komunikasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan atau *skateholder*. *Corporate communication* dalam perusahaan bertanggung jawab menjaga reputasi dan citra perusahaan, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Pekerjaan tersebut melibatkan beberapa kolaborasi dari berbagai departemen, seperti humas, legal, sumber daya manusia, dan pemasaran. Kolaborasi tersebut dilakukan untuk memenuhi pelaporan pada *annual report* yang ada di PT MNC Kapital Indonesia Tbk. *Annual report* merupakan dokumen resmi perusahaan yang diterbitkan untuk memberikan informasi kepada pemegang saham, masyarakat, dan pemangku kepentingan mengenai kinerja perusahaan dalam aspek pencapaian, keuangan, dan operasional perusahaan.

Strategi komunikasi korporat merupakan gagasan tentang sebuah identitas perusahaan, perusahaan akan memberikan profil dasar kepada semua pemangku kepentingan dan bagaimana sebuah perusahaan dikenal oleh semua pihak sehingga dapat memberikan citra dan reputasi perusahaan ke semua pihak. Fokus pada *corporate secretary* yaitu untuk mempelajari hubungan perusahaan dengan citra dan reputasi sebuah perusahaan.

Laporan magang ini merupakan sebuah gambaran pelaksanaan aktivitas kerja divisi *Corporate Communication* PT MNC Kapital Indonesia Tbk. *corporate communication* bertugas untuk mengelola komunikasi di dalam sebuah perusahaan yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan baik

dengan segala pemangku kepentingan yang dimana tujuan utama dari *corporate communication* yaitu menciptakan citra positif perusahaan, memperkuat dalam mengelola reputasi perusahaan, komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan hubungan investor.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Untuk mempelajari kegiatan terkait dengan tugas dan mengimplementasikan ilmu semasa kuliah dalam dunia kerja.
2. Mengembangkan kematangan, kemandirian dan kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja.
3. Mempelajari bagaimana strategi dalam menjalin hubungan dengan pihak internal.
4. Mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam beradaptasi, berorganisasi, dan bekerja dalam tim.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh wawasan dalam meningkatkan pengetahuan di dunia kerja.
2. Meningkatkan kemampuan mendalam di bidang komunikasi.
3. Memperoleh pengetahuan secara teoritis di kampus dengan pengalaman praktis secara langsung di bidang kerjanya.
4. Mengetahui tindakan yang dilakukan dalam mengatasi kendala di perusahaan, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi akhir.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Mahasiswa melakukan magang atau KP (kerja profesi) di perusahaan PT MNC Kapital Indonesia Tbk yang berlokasi di MNC Center, Jl. Kebon Sirih No.17 – 19 Rt.15/Rw.7, Kb Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat 10340. PT MNC Kapital Indonesia Tbk bergerak dalam bidang jasa keuangan. Terhitung tanggal 19 juni 2023 – 19 september 2023 praktikan mulai menjalankan kerja profesi di PT MNC Kapital Indonesia Tbk.

PT MNC Kapital Indonesia Tbk atau lebih dikenal dengan nama Financial Services menjadi perusahaan keuangan terintegrasi di Indonesia. Didirikannya PT MNC Kapital Indonesia Tbk bertujuan untuk mendorong pelayanan dalam bidang

keuangan yang terintegrasi dan terpercaya. Tidak hanya itu, berdirinya PT MNC Kapital Indonesia Tbk bertujuan untuk memberikan kemudahan layanan transaksi dengan menyediakan berbagai layanan online atau lebih dikenal dengan sebutan Motion Digital.

Alasan praktikan memilih PT MNC Kapital Indonesia Tbk adalah ingin mencoba mempelajari hal dan wawasan baru yang berfokus pada komunikasi internal, eksternal, kemudian dalam kegiatan *event* perusahaan. Selain itu PT MNC Kapital Indonesia Tbk memiliki perkembangan yang cepat dalam memajukan perusahaan, agar perusahaan dapat menyediakan layanan yang terintegrasi dan terpercaya.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																							
		April				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	2	3	4
1	Membuat Curriculum Vitae dan Portofolio																								
2	Mencairi lowongan magang di internet																								
3	Mengirim CV kepada perusahaan																								
5	Melakukan wawancara dengan PT MNC Kapital																								

mulai melengkapi dokumen yang diperlukan oleh pihak kampus. pada 19 Juni 2023 praktikan memulai kerja profesi di kantor secara *Work From Office* (WFO). selama melakukan kerja profesi sebagai *corporate communication* praktikan berkesempatan untuk mengerjakan beberapa tugas diantaranya yaitu mencari dan membuat konten dan caption untuk LinkedIn MNC Group, berkesempatan untuk menjadi tim support pada beberapa *event* VVIP Perusahaan.

Kemudian, pada tanggal 22 juni 2023 praktikan mulai melengkapi dokumen keperluan kampus dan perusahaan. Kemudian pada bulan september praktikan melakukan bimbingan Kerja Profesi, tahap awal dalam bimbingan Kerja Profesi yaitu praktikan mengirim BAB I dan BAB II. Lalu pada akhir bulan September praktikan mulai mengirim BAB I, BAB II, BAB III, dan BAB IV. Kemudian dosen pembimbing akan melakukan revisi sebelum tahap finalisasi laporan.

Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa dan mahasiswi untuk melakukan kegiatan magang atau Kerja Profesi dengan jangka waktu minimal 440 jam dalam terhitung tiga bulan kerja. praktikan melakukan kegiatan magang atau kerja profesi ini pada periode 19 Juni hingga 19 September dengan hitungan waktu tiga bulan. waktu pelaksanaan Kerja Profesi setiap hari kerja (Senin - Jumat) mulai pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB.