

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Perkembangan media digital saat ini membawa banyak kebaruan dan variasi terhadap pekerjaan, begitupun dengan bidang Public Relation. Dilansir dari laporan *We Are Social* pada Januari 2023 menunjukkan sebanyak 167 juta orang Indonesia aktif menggunakan media sosial, jumlah tersebut setara dengan 60,4% populasi dari Indonesia. Dengan durasi penggunaan 3 jam 18 menit perharinya, hal ini membuat Indonesia menempati peringkat ke-10 dunia dengan durasi terlama. Hal ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan yang ada dengan maksimal, begitupun menjadi tuntutan bagi bidang PR. Untuk menjadi praktisi yang kompeten diperlukan *soft skill*, *hard skill*, *attitude* dan pengalaman yang cukup untuk dapat bertahan, *Hard skill* yang dapat diasah selama berkuliah dengan *soft skill* menyeimbangi. *Soft skill* akan membantu dalam bidang pekerjaan dan menjadi poin *plus* generasi Z yang mulai memasuki dunia pekerjaan. Ditambah pemahaman dan karakteristik pendukung seperti Sikap Ingin Tahu (*Curiosity*), Kreatif, Pelajar yang aktif (*active learner*) dan pembuat keputusan yang baik (*Decision Maker*) dalam Departemen Pendidikan Nasional (2003: 12).

Faktor lainnya untuk dapat membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja maupun pembimbing di tempat kerja adalah *attitude*, *attitude* membuat kita dapat diterima dan beradaptasi dengan lingkungan kerja. *Attitude* memunculkan kesan pertama dalam pertemuan, cara kita berkomunikasi, berbicara, menghormati lawan bicara dan peraturan dasar tidak tertulis lainnya. *Attitude* menunjukkan kesiapan dalam memulai pekerjaan. *Attitude* adalah hal yang dirasakan atau cara berpikir yang kemudian direfleksikan dalam bentuk perilaku (Dahniar, 2019). *Attitude* juga dapat dipelajari dari pengalaman terdahulu, pembelajaran yang kita dapatkan maupun pengalaman kerja sebelumnya akan sangat membantu dalam menghadapi dunia kerja kedepannya.

Dunia Public Relation masa kini akan selalu bersinggungan dengan dunia digital, menjadi keahlian yang wajib dimiliki oleh praktisi yang bekerja di bidang Public Relation. Terutama kemampuan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mencapai *goals* atau tujuan utama sebuah bisnis atau perusahaan. Terutama dalam pembentukan *branding*, memberikan *awareness* publik, mengoptimalkan kampanye dan menjaga citra perusahaan. Menurut data

dari survei *populix* dari 1000 responden sebanyak 75% memilih *instagram* dan *youtube* sebagai media sosial yang digunakan untuk mencari informasi terkait produk. Bekerja di Bidang Public Relations saat ini dituntut untuk tanggap dalam penggunaan digital dan update terkait tren media, oleh sebab itu ada banyak pekerjaan Public Relations yang sangat mengandalkan media digital salah satunya yaitu KOL Management.

KOL dan media sosial menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan, media sosial membantu KOL untuk menjangkau audiens lebih luas serta mempercepat proses penyebaran pesan. Hal ini berkaitan dengan keuntungan penggunaan media sosial bagi brand diantaranya yaitu hemat biaya dalam promosi, peluang untuk meraih *awareness* lebih tinggi dan peningkatan *traffic* di berbagai platform baik *e-commerce* maupun *website* perusahaan. Selain peluang yang ada kita sebagai mahasiswa juga harus memahami teknik penggunaan media sosial supaya *output* yang didapatkan sesuai harapan, untuk hal tersebut dibutuhkan beberapa cara diantaranya memperhatikan jam posting atau *traffic* sosial media, kemampuan menulis yang baik serta menarik dan tentukan spesifikasi audiens yang ingin dituju. Untuk berbagai jenis pekerjaan tersebut, PR membutuhkan bantuan digital *content creator*, *infographic*, *videographer*, *ads people* hingga *brand marketing* (Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia, 2018).

KOL membantu pengguna media sosial mengetahui informasi terkait brand melalui konten yang dibuat dan di posting di media sosial, kontennya juga lebih interaktif dengan pengemasan beragam. KOL atau *Key Opinion Leader* adalah seseorang dengan minat dan kemampuan di bidang tertentu yang memiliki pengaruh cukup besar, memiliki persamaan dengan *influencer* yang bertujuan memberikan pengetahuan terkait perusahaan dan melakukan *influence* terhadap audiens. KOL menjadi hal penting bagi brand karena sebagai poin penyampaian pesan kampanye dengan media sosial melalui *brand communication* dengan tujuan utama memberikan *awareness* bagi khalayak (Safitri, Ramadanty, 2019). KOL yang memiliki kemiripan dengan *influencer* juga akan memberikan dampak *engagement* untuk perusahaan (Jaakonmäki, 2017)

Magang atau kerja profesi menjadi hal penting yang dibutuhkan oleh mahasiswa sebelum benar-benar bekerja secara tetap. Pengalaman relevan dengan mata kuliah yang dipelajari serta ilmu baru akan didapatkan mahasiswa saat melakukan magang. Menurut penelitian yang dilakukan (Lutfia & Rahadi,

2020) menunjukkan hasil bahwa magang memiliki kontribusi penting dalam peningkatan *hard skill dan soft skill*, serta menunjukkan bahwa *attitude* serta habit yang dimiliki mahasiswa berperan penting untuk mencapai standar profesi dan dapat dijadikan bekal untuk pengalaman kerja selanjutnya.

Tentunya hal ini akan membuat mahasiswa siap dalam menghadapi tantangan *fresh graduate* diantaranya ekspektasi berlebihan, kurang arahan, kompetisi yang tinggi, dan kemampuan bernegosiasi. Magang juga akan memperluas jaringan serta networking. Selain itu mengapa magang menjadi hal yang penting karena berdasarkan data survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) dan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan banyaknya jumlah pengangguran terbuka Indonesia mencapai 8,43 juta jiwa pada tahun 2022. Sebanyak 673,49 ribu atau 7,99% berasal dari lulusan universitas. Jay Denton seorang kepala analisis ThinkWhy juga pencipta LaborIQ mengemukakan keterkaitan ketidakcocokan antara pengalaman yang didapatkan saat kuliah dengan keterampilan kerja yang dibutuhkan.

Magang atau kerja profesi akan memberikan banyak dampak bagi mahasiswa dan pembentukan SDM di industri pekerjaan kedepannya. Guna mendapatkan pengalaman dan pembelajaran yang tepat terkait dunia pekerjaan maka UPJ memiliki sistem Magang yang bukan hanya sekedar bekerja namun agar mahasiswa dapat menguasai dan memahami bidang magang seperti apa yang mereka lakukan selama 3 bulan. Universitas Pembangunan Jaya memiliki mata kuliah Kerja Profesi di semester 7 dengan 3 SKS. Mahasiswa semester 7 diwajibkan untuk mengambil mata kuliah ini dengan minimal jam kerja 400 (empat ratus) jam, dengan maksimal 8 (delapan) jam kerja perharinya (jam istirahat tidak terhitung). (Sumber: upj.ac.id. 2022)

Dalam mata kuliah Kerja Profesi ini mahasiswa atau praktikan harus menjalankan praktik atau pekerjaan sesuai bidang yang diampu. Dalam laporan ini praktikan merupakan mahasiswi Universitas Pembangunan Jaya yang mengambil jurusan Ilmu Komunikasi dengan minor Public Relations. Dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan ini implementasi mahasiswa dan mahasiswi mulai diuji baik itu dari segi teori yang dipraktikkan dalam dunia industri (Sumber: upj.ac.id. 2022). Kerja Profesi juga merupakan syarat untuk lulus sebagai sarjana, hal tersebut merupakan upaya Universitas Pembangunan Jaya untuk menghasilkan lulusan yang unggul, berpengalaman dan memiliki *skills* yang

mumpuni untuk jenjang karir berikutnya. Semua program studi mewajibkan mahasiswanya melakukan kerja profesi sesuai minor yang diampu, begitupun dengan Program Studi Ilmu Komunikasi yang memiliki minor *Broadcasting Journalism* dan Public Relation yang memiliki kriteria berbeda dalam bidang kerja profesi.

Praktikan merupakan mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan Minor Hubungan Masyarakat, selama ini telah menempuh perkuliahan yang membahas mata kuliah mengenai hubungan masyarakat. Praktikan mempelajari Mata kuliah strategi taktik hubungan masyarakat, penulisan hubungan masyarakat, hubungan masyarakat online dan produksi media hubungan masyarakat yang dapat memberikan gambaran mengenai bidang kerja seperti apa yang akan cocok dan relevan. Dalam mata kuliah tersebut praktikan banyak belajar mengenai *campaign*, pemanfaatan media sosial, teknik penulisan hubungan masyarakat yang relevan dengan pekerjaan yang praktikan cari untuk kerja profesi. Setelah mempelajari mata kuliah tersebut, praktikan tertarik untuk mencari magang yang dapat relevan dan sebagai bentuk implementasi.

Praktikan melakukan kerja Profesi di perusahaan PT. Realfood Winta Asia dengan posisi KOL (*Key Opinion Leader*) Management. Untuk durasi magang yaitu dimulai dari tanggal 19 Juni 2023 hingga 15 September 2023 (3 bulan menurut timeline perusahaan). PT.Realfood Winta Asia memiliki tiga PT lainnya dibawah naungannya yaitu PT. Realfood Karya Indonesia, PT. Hidup Melawan Waktu dan PT.Eling Janji Pertama. Untuk fokus pekerjaan praktikan yaitu mencari KOL dan melakukan *maintainance* terhadap KOL, bertanggung jawab atas kampanye sosial media Elora dan Nutropics serta memberikan brief kampanye kepada KOL.

Kemampuan bernegosiasi dan menjelaskan brief dengan baik menentukan keberhasilan penyampaian pesan yang ingin disampaikan perusahaan melalui KOL untuk publik. Hal ini sejalan dengan pembelajaran yang didapatkan di minor Public Relation, yaitu KOL menjadi penghubung atau media antara perusahaan dan publik dalam penyampaian pesan. Yang dimana hal ini menentukan penerimaan apa yang diterima oleh publik seperti *Awareness*, *Aceptance* dan juga *Action*. Sehingga dapat dikatakan terdapat kaitan erat antara KOL Management dan bidang Public Relation. Ketelitian, tanggung jawab dan pengetahuan terhadap

Produk sangat dibutuhkan dalam menjadi KOL Management, banyak hal tersebut juga dipelajari dalam minor public relation. Sehingga dalam proses kerja profesi pembelajaran yang didapatkan praktikan dapat diaplikasikan dengan baik dan relevan.

Terutama dalam Industri kecantikan dan juga produk kesehatan dengan *ingredients* sarang burung walet di Indonesia yaitu Realfood, juga membutuhkan peran KOL Management untuk mengoptimalkan penyampaian pesan, membentuk *branding* bagi perusahaan, membuat *highlight* poin yang ingin disampaikan, dan mendukung *campaign* perusahaan. Hal utama dalam mendukung semua deskripsi pekerjaan tersebut ialah melakukan *review* sosial media, selanjutnya *listing* terhadap KOL potensial dan diteruskan dengan *approaching* dan penjelasan brief serta *product knowledge*. Selain itu kesiapan praktikan dalam menjawab semua pertanyaan KOL juga dilatih supaya memberikan penjelasan yang sejelastelastinya. Praktikan diberi tanggung jawab untuk produk *campaign* Elora dan Nutropics, merupakan brand dalam naungan yang sama dengan Realco. Praktikan fokus pada KOL mikro dengan range follower 10-100k dengan sistem barter produk, kemampuan negosiasi dilatih dengan baik karena praktikan dilatih bagaimana caranya mendapatkan KOL dengan sistem barter produk tanpa memberikan bayaran atau *fee*.

Pembelajaran yang didapatkan dari magang sebagai *Key Opinion Leader* Management adalah pengetahuan terkait strategi penyampaian pesan sebuah perusahaan yang memiliki berbagai brand dan banyak produk. Seperti konsep konten, pembuatan brief dan mengetahui seperti apa konten KOL yang berkualitas dan Tepat sasaran. Semua hal tersebut merupakan pengalaman berharga bagi praktikan sekaligus menjadi pengalaman baru yang menyenangkan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud dari kegiatan magang praktikan sebagai KOL Management di PT. Realco Winta Asia adalah sebagai berikut :

1. Melihat dan mempelajari secara langsung praktik ilmu komunikasi di dunia kerja
2. Mempelajari bagaimana strategi kolaborasi brand dari proses *review* hingga pemilihan KOL untuk promosi.

3. Menambah pengalaman dan kemampuan di bidang kreatif terutama industri kecantikan dan kesehatan Indonesia
4. Mempelajari pengelolaan KOL *Nano* dan Mikro untuk *Campaign* dan *Project* Produk
5. Mengasah kemampuan berkomunikasi dengan KOL
6. Melatih ketelitian data dan detail KOL dari awal hingga akhir
7. Melatih kemampuan negosiasi dengan hasil akhir kesepakatan yang disetujui
8. Mengetahui proses kerja KOL Management berbagai Brand dalam naungan Realco

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan dari kegiatan magang praktikan sebagai KOL Management di PT. Realco Winta Asia adalah sebagai berikut :

1. ● Mendapatkan pengalaman kerja sebagai seorang *Key Opinion Leader Management*
2. Mampu berkomunikasi dengan KOL secara baik dan efektif
3. Mampu melakukan Project kampanye produk dari pencarian KOL hingga rekap laporan *posting*
4. Mengetahui proses kerja KOL Management di PT. Realfood Winta Asia
5. Memperoleh cara kerja efektif untuk mendapatkan KOL

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat Kerja Profesi yang dilaksanakan oleh praktikan berada di Realco (PT. Realfood Winta Asia) yang berlokasi di Kencana Tower, Jl. Meruya Ilir Raya No.88, RT.1/RW.5, Meruya Utara. Jakarta Barat.11620 yang merupakan kantor pusat Realco. Kantor Realco lainnya berada di wilayah Bojonegoro Jawa Timur. Realco memiliki 3 PT dibawah naungannya yaitu PT. Realfood Karya Indonesia yang mengedepankan keunggulan dan khasiat produknya yang mengandung sarang burung walet dengan produk unggulan Fit With Realfood. Selanjutnya PT. Eling Janji Pertama yang berfokus dengan produk perawatan tubuh dengan brand Elora dan Nutropics. Yang terakhir PT. Himewa dengan produk unggulan skincare yang mengandung manfaat sarang burung walet dengan brand Skindoze.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kerja Profesi merupakan mata kuliah syarat kelulusan yang harus 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 19 Juni 2023 hingga 15 September 2023, jam kerja praktikan dimulai dari 09.00 WIB sampai 17.30 WIB dengan rincian 4 hari work from office dan 1 hari work from home yaitu pada hari rabu. Sebelum bekerja di PT. Realfood Winta Asia, praktikan sudah berupaya mencari tempat kerja profesi lain yang rinciannya ada dibawah ini:

Tabel 1.1 : Timeline Kerja Profesi Praktikan

No	Kegiatan	Bulan																				
		May				June				July				August				Sep				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Memperbarui CV, Update LinkedIn, Surat Lamaran Kerja																					
2	Mencari dan Mengirimkan Lamaran Pekerjaan																					
3	Mendapatkan Kabar Interview pada PT. Realfood																					
4	Melakukan Interview dengan KOL Team Realfood																					
5	Laporan Penerimaan dan Pengrusan Surat Kerja																					
6	Pelaksanaan Kerja Profesi																					
7	Bimbingan Laporan Kerja Profesi																					
8	Produksi Laporan Kerja Profesi																					
9	Melengkapi Dokumen Administrasi KP																					
10	Pengumpulan Laporan KP																					

Praktikan mencari pekerjaan melalui media sosial instagram dan twitter, selain itu praktikan juga mencari melalui LinkedIn, Glints dan website resmi perusahaan serta mencari informasi melalui kakak tingkat atau senior. Praktikan mengirimkan lamaran di bidang relevan dengan hubungan masyarakat, selain itu praktikan juga memastikan apakah tempat kerja tersebut sudah ada mahasiswa Ilmu Komunikasi dari Universitas Pembangunan Jaya dikarenakan syarat Kerja Profesi tidak boleh lebih dari dua mahasiswa memiliki mentor dan tempat magang yang sama. Praktikan mulai membuat kalimat lamaran beserta surat lamaran, praktikan juga melengkapi berbagai data administrasi yang dibutuhkan saat melamar kerja.

Setelah melengkapi data yang dan dokumen yang dibutuhkan praktikan mulai memasukan lamaran pada bulan Mei selama kurang lebih 2 minggu, praktikan memasukan lamaran di berbagai bidang mulai dari televisi hingga brand. Praktikan memasukan lamaran ke Elshe Skin dengan posisi KOL Management sebelum memasukan lamaran pada KOL Management Realfood. Namun Elshe

Skin memberikan panggilan interview setelah praktikan diterima di Realfood. Untuk informasi *Internship* Realco *Batch* 8 praktikan mendapatkan informasi melalui kakak tingkat yang sedang magang disana. Setelah itu praktikan mendapatkan kabar *interview* dan informasi diterima di hari yang sama, akhirnya praktikan menetapkan tempat untuk kerja profesi yaitu di PT. Realfood Winta Asia.

