

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Kegiatan industri melibatkan proses pengolahan barang menggunakan berbagai alat dan peralatan. Di sisi lain, sifat kreatif merujuk pada kemampuan manusia untuk menciptakan, dan hal ini erat kaitannya dengan buku *Creativity to Commerce (C2C)* (Arief Yahya, 2015). Menurut buku tersebut, industri kreatif memiliki peran penting sebagai penopang ekonomi negara. Industri ini dianggap sangat vital dan perlu terus diperluas. Seperti namanya, industri kreatif bergantung pada kreativitas manusia yang harus terus diperkaya agar dapat mengikuti perkembangan budaya, teknologi, dan faktor-faktor lainnya. Menurut Howkins, industri kreatif didefinisikan sebagai sektor industri yang unggul dalam aspek kreativitas dalam menciptakan desain kreatif yang terkait dengan produk barang atau jasa yang dihasilkan (Rafli, 2022).

Kreativitas yang dihasilkan oleh individu atau kelompok diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan membuka peluang pekerjaan baru bagi masyarakat yang memerlukan. Industri kreatif menjadi salah satu sektor yang mendukung perkembangan perekonomian negara. Di Indonesia, industri kreatif tidak hanya beragam jenisnya, tetapi juga memberikan sejumlah manfaat yang signifikan untuk masyarakat dan negara.

Manfaat utama dari industri kreatif adalah merangsang kreativitas dan inovasi di kalangan pelaku bisnis. Keadaan Indonesia yang memiliki banyak sumber daya manusia, terutama dalam kelompok usia kerja produktif, mendukung perkembangan industri kreatif sebagai pilar ekonomi negara. Selain itu, industri kreatif semakin mendapatkan perhatian yang baik dari pemerintah, dan diharapkan menjadi salah satu sektor terbesar dalam mengembangkan berbagai jenis bisnis kreatif. Dalam industri kreatif, terdapat salah satu sektor yang memiliki peminat yang cukup banyak, yaitu *event*.

*Event* merujuk pada pameran, pertunjukan, atau festival yang diadakan oleh penyelenggara dan dihadiri oleh peserta atau pengunjung. Secara lebih umum, *event* juga merupakan kegiatan yang diorganisir oleh suatu organisasi untuk mengumpulkan orang di suatu tempat guna memberikan informasi sehingga

sesuai dengan tujuan dalam organisasi sebagai penyelenggara, dan yang bertanggung jawab merancang dan melaksanakan event disebut *event organizer* atau *creative agency*.

*Event organizer* atau *creative agency* adalah usaha jasa yang fokus merancang acara mulai dari aspek kreatif, persiapan, pelaksanaan, hingga selesainya acara, membantu klien untuk mencapai kesuksesan dan mencapai tujuan yang diharapkan. *Creative agency* juga sering disebut sebagai *event organizer*, karena keduanya terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan *event*.

*Event management* didefinisikan sebagai kegiatan profesional untuk mengumpulkan sekelompok orang guna mencapai tujuan tertentu, seperti perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni. Ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan secara sistematis, efisien, dan efektif. Dalam *event management*, strategi diperlukan agar event berjalan sesuai rencana. Beberapa sub bidang di *event management* termasuk, *expositions, civic events, fairs* dan *festivals, hallmark events, hospitality, meeting* dan *conferences*.

Dengan memiliki kemampuan dan profesionalisme yang baik di *event management*, peluang bisnis *event organizer* sangat besar, terbukti dengan pertumbuhan industri yang mencapai 15-20% dan nilai industri lebih dari Rp 500 triliun. Beragam industri kreatif yang semakin bertambah setiap tahunnya, munculah sebuah perusahaan kreatif, atau yang dikenal sebagai *creative agency*, beroperasi di sektor industri kreatif dan pemasaran digital. *Creative agency* memiliki peran utama dalam mendukung bisnis untuk mencapai tujuan mereka melalui penerapan strategi kreatif yang efektif. Mereka menyediakan beragam layanan, termasuk pengembangan identitas merek, desain grafis, manajemen media sosial, pembuatan situs web, dan berbagai layanan lainnya. Di tengah perkembangan pesat dalam pemasaran digital, *creative agency* berfungsi sebagai ahli khusus yang membantu bisnis dalam meningkatkan kehadiran mereka secara online atau digital.

*Creative agency* bekerjasama dengan klien untuk merancang strategi bisnis yang terfokus pada elemen desain, produk, dan layanan berbasis digital. Dengan memanfaatkan wawasan dari riset pasar dan tren terkini, *creative agency* mampu menciptakan kampanye iklan yang inovatif, membimbing bisnis menuju kesuksesan. Salah satu peran signifikan *creative agency* adalah membangun citra

merek yang kuat dan menarik perhatian audiens target. Mereka mengembangkan identitas visual yang unik dan strategi pemasaran yang tepat, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperluas pangsa pasar. Melalui layanan SEO dan keterlibatan media sosial, mereka juga membantu meningkatkan keterlihatan bisnis di platform online, termasuk Google dan berbagai media sosial lainnya.

Dalam era digital kreatif yang terus berkembang, *creative agency* memegang peran utama dalam mendukung merek dan organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Mereka tidak hanya bertindak sebagai pembuat konten berkualitas, melainkan juga perancang strategi kreatif yang efektif. *Creative agency* bertanggung jawab untuk menciptakan konten yang unggul, merancang strategi kreatif, mengelola branding dan identitas visual, melakukan optimalisasi pengalaman pengguna (UX), mengukur kinerja kampanye pemasaran digital, dan berbagai tugas lainnya. Selain itu, mereka berperan sebagai inovator yang terus mencari cara baru untuk menarik perhatian audiens yang semakin cerdas dan terhubung. Dalam melaksanakan tanggung jawab mereka, *agency* kreatif memastikan bahwa pesan-pesan digital disampaikan kepada audiens dengan cara yang menarik, memiliki dampak, dan sesuai dengan tujuan kampanye. Oleh karena itu, *creative agency* dianggap sebagai mitra yang tak tergantikan dalam perjalanan menuju kesuksesan di dalam dunia digital kreatif yang penuh tantangan ini.

Maka dari itu, *creative agency* dianggap sebagai mitra berharga bagi pelaku bisnis dalam ranah pemasaran digital. Dengan menyediakan layanan yang komprehensif dan strategis, mereka memiliki kapasitas untuk membantu bisnis memaksimalkan potensi digital, mencapai kesuksesan, dan bersaing dengan pesaing di pasar yang penuh persaingan.

Sebagai seorang mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, pengalaman praktis di lapangan menjadi hal yang pasti kerap dilakukan. Melakukan Kerja Profesi (KP) atau profesi kerja lapangan memiliki tujuan yang sangat penting bagi para mahasiswa dan mahasiswi, yaitu dengan memberikan pemahaman serta pengalaman yang komprehensif kepada setiap mahasiswa dan mahasiswi tentang dunia kerja yang akan mereka hadapi setelah menyelesaikan studi mereka. Perguruan tinggi terkhusus Universitas Pembangunan Jaya mengharapkan dengan adanya kegiatan Kerja Profesi (KP), mahasiswa dan

mahasiswi dapat mengembangkan diri mereka setelah melalui berbagai materi dan teori pembelajaran selama masa perkuliahan.

Praktikan menjadi mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan minor Broadcast Journalism telah menyelesaikan beberapa semester yang mencakup mata kuliah sesuai dengan Kerja Profesi (KP) yang diambil dalam kegiatan ini. Misalnya, mereka telah mempelajari bagaimana menyelenggarakan event besar yang melibatkan masyarakat umum. Berdasarkan pengetahuan dari mata kuliah yang telah ditempuh, mahasiswa tersebut merasa yakin dan memiliki bekal untuk mencoba mengasah kemampuan melalui program internship atau magang dengan latar belakang yang relevan.

Praktikan menjalankan Kerja Profesi (KP) di PT. Fanfare Satu Kreasi dengan peran sebagai Junior Creative Planner, mencakup pembuatan ide kreatif untuk kebutuhan acara yang akan datang. Selain itu, praktikan juga bertugas membuat content plan untuk kebutuhan konten harian kantor dan berpartisipasi dalam pembuatan desain foto dan video untuk aset visual setiap acara. Praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) selama tiga bulan, dengan total waktu kerja 675 jam, mulai dari pukul 10:00 pagi hingga 19:00 malam.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

Maksud dari kegiatan kerja profesi praktikan sebagai *Junior Creative Planner* di dalam Perusahaan PT Fanfare Satu Kreasi adalah sebagai berikut:

1. Mengalami bekerja di perusahaan dengan bidang ilmu komunikasi.
2. Mempelajari bagaimana memproduksi Event dari awal hingga akhir secara professional.
3. Mempelajari bagaimana memproduksi *Event* dari awal hingga akhir secara professional.
4. Melatih kemampuan komunikasi terhadap klien.
5. Melatih diri lebih kreativitas dengan sering melakukan brainstorming bersama tim mulai saat pra produksi hingga pasca produksi.

### **1.2.1 Tujuan Kerja Profesi**

Tujuan dari kegiatan kerja profesi praktikan sebagai *Junior Creative Planner* di divisi *creative* dalam Perusahaan PT Fanfare Satu Kreasi adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja dalam perusahaan *Creative agency*.
2. Meningkatkan kemampuan dalam memproduksi *event*.
3. Memperoleh pengalaman dan menjadi bagian dari berbagai jenis *event*.
4. Menambahkan kemampuan dan referensi dalam membuat ide-ide kreatif.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat atau kantor praktikan melaksanakan Kerja Profesi yaitu PT. Fanfare Satu Kreasi yang berlokasi di Jl. W R Supratman No.24, Cempaka Putih, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15412. Perusahaan ini kerap akan menyesuaikan dan terus berkembang dalam mengikuti dunia digital. PT Fanfare Satu Kreasi adalah perusahaan yang menawarkan jasa *event creative, event virtual, event management, dan event productions*.

Alasan praktikan memilih tempat Kerja Profesi (KP) di PT Fanfare Satu Kreasi adalah praktikan tidak sekedar mengetahui, akan tetapi mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan, PT. Fanfare Satu Kreasi telah melaksanakan beragam produksi event seperti *mice & corporate events, brand activation & launching projects, music festival, store project & booth production, virtual events, media campaign & projects, tvcs, dan sports & run*, yang sekiranya praktikan bisa pelajari dan mendapatkan pengalaman. PT Fanfare Satu Kreasi memiliki lingkungan kerja yang sangat nyaman bagi praktikan dalam mengembangkan ilmu dan adanya kehangatan kekeluargaan yang harmonis, sehingga memunculkan kedekatan yang baik antar karyawan dan anak magang. Dengan terjalinya hubungan harmonis, mendorong praktikan untuk tetap semangat melakukan Kerja Profesi (KP) dan mampu memberikan kualitas terbaik yang praktikan miliki.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Berlandaskan tata cara pelaksanaan kegiatan praktek Kerja Profesi yang diterapkan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya ditetapkan bahwa mahasiswa yang melakukan kegiatan profesi pada perusahaan atau instansi harus mempunyai waktu pelaksanaan minimal 400 jam, jika diperkirakan, kegiatan ini harus selesai dalam waktu tiga bulan.

**Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi**

No	Kegiatan	Bulan																			
		Apr			Mei			Jun			Jul			Agt			Sep				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat CV, Portofolio, Cover Letter/Resume																				
2	Mencari informasi lowongan Internship di beberapa platform																				
3	Apply CV dan mengirimkan ke beberapa referensi lowongan																				
4	Mengirimkan CV & Portofolio ke PT Fanfare Satu Kreasi																				
5	Mendapatkan invitation pada perusahaan Komisi.co dengan posisi Social Media Creative																				
6	Mendapatkan Invitation untuk langsung bekerja di PT Fanfare Satu Kreasi dengan posisi Junior Creative Planner																				
7	Memulai Kerja Profesi dengan diawali interview dan brief singkat di Kantor PT Fanfare Satu Kreasi																				
8	Mengirim Surat Permintaan Kerja Profesi																				
9	Melanjutkan Proses Magang Di PT Fanfare Satu Kreasi																				
10	Pelaksanaan Kerja Profesi Di PT. Fanfare Satu Kreasi																				
11	Melakukan bimbingan Kerja Profesi																				
12	Membuat laporan Kerja Profesi																				
13	Pengumpulan Laporan KP																				

Sumber: Dok. Internal Praktikan

Praktikan memperoleh informasi tentang lowongan magang untuk melaksanakan Kerja Profesi (KP) melalui media sosial Instagram dan tawaran dari kerabat atau teman. Salah satu postingan dari akun @Komisi.co berkaitan dengan bidang Ilmu Komunikasi yang diminati oleh praktikan. Namun, praktikan tidak diterima di perusahaan PT Komisi.co, dan kemudian menerima tawaran dari kerabat atau teman untuk magang di PT Fanfare Satu Kreasi. Sebelumnya,

praktikan memulai dengan menyusun *curriculum vitae* (CV) dan portofolio untuk memenuhi persyaratan sebelum melamar ke perusahaan. Kegiatan ini dilakukan oleh praktikan pada akhir bulan April. Setelah melengkapi persyaratan administratif, praktikan mencari informasi tentang lowongan magang di beberapa perusahaan melalui berbagai *platform*.

Pada awal bulan Juni, praktikan mengirim CV ke PT Komisi.co untuk posisi social media creative. Praktikan sempat menerima undangan sebagai tanggapan atas lamarannya. Namun, lima hari kemudian, perusahaan tersebut tidak memberikan tindak lanjut.

Pada pertengahan bulan Juni, praktikan menerima tanggapan melalui WhatsApp untuk datang ke kantor PT Fanfare Satu Kreasi dan menjalani proses wawancara. Saat itu juga, praktikan memulai proses magang/*internship*. Untuk memenuhi persyaratan kerja profesi (KP), praktikan mengirim surat permintaan kerja profesi kepada HRD PT Fanfare Satu Kreasi. Pada pertengahan bulan Juni, praktikan juga menerima tanggapan dari PT Komisi.co melalui WhatsApp untuk melanjutkan proses administrasi. Namun, praktikan menolak tawaran tersebut karena sudah menerima tawaran dari PT Fanfare Satu Kreasi. Akhirnya, praktikan menjalani kerja profesinya di PT Fanfare Satu Kreasi sebagai *Junior Creative Planner* selama 3 bulan, mulai dari 19 Juni 2023 hingga 18 September 2023.