

Peran HRD dalam Agensi Media Tembok Creative

The Role of The HRD in The Tembok Creative Media Agency

1st Nabila Ananda
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
nabilaananda@student.telkomuni-
versity.ac.id

2nd Ismail Rusli
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
Ismailrusli@telkomuniversity.ac.
id

3rd Rio Korio Utoro
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
korio.utoro@telkomuniversity.ac.
id

Abstrak—Multimedia merupakan media kreatif yang sangat berperan bagi kehidupan masyarakat mulai dari bisnis, pembelajaran, maupun sebagai media promosi. Selama agensi Tembok Creative berjalan maka semakin banyak juga konsumen yang melihat adanya perusahaan kami yang menyediakan jasa di bidang digital. Berdasarkan hasil analisis penulis semakin banyak konsumen dengan kebutuhan pembuatan video, graphic designer, 3D artist tapi terkendala karena kurangnya *freelancer* dalam Tembok Creative. Disisi lain ada banyak para *freelancer* yang tidak memiliki pekerjaan. Dengan keterbatasan karyawan Tembok Creative maka penulis selaku *human resource development* membuka perekrutan untuk para pekerja lepas di bidang multimedia. Selama proses perekrutan pertama kali berlangsung, penulis memiliki target dalam perekrutan karyawan baru yakni mendapatkan minimal 50 *curriculum vitae*. Dari hasil uji coba kami selama satu semester penulis selaku *human resource development* berhasil mendapatkan 105 *curriculum vitae* dalam waktu dua minggu perekrutan dibuka. Dengan begitu *human resource development* dapat mensortir portofolio kandidat yang masuk ke email Tembok Creative dan mendapatkan 2 *freelancer* sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kata kunci—Multimedia, agency, kreatif, digital, company

Abstract—Multimedia is a creative media that plays a very important role in people's lives, starting from business, learning, and as a promotional media. As long as the Tembok Creative agency is running, more and more consumers will see our company providing services in the digital field. Based on the results of the author's analysis, there are more and more consumers with the needs of making videos, graphic designers, 3D artists but are constrained by the lack of *freelancers* in the Tembok Creative. Besides that are many *freelancers* who do not have a job. With the

limitations of Tembok Creative employees, the author as human resource development opens recruitment for freelancers in the multimedia field. During the recruitment process for the first time, the author has a target in recruiting new employees, which is to get a minimum of 50 curriculum vitae. From the results of our trial for one semester the author as human resource development managed to get 105 curriculum vitae within two weeks of opening the recruitment. That way, human resource development can sort the portfolio of candidates who enter the Tembok Creative email and get 2 freelancers according to consumer needs.

Keywords—Multimedia, agency, creative, digital, company

I. PENDAHULUAN

Dalam era yang modern terdapat banyak perkembangan dalam dunia *advertising*, dunia *advertising* sekarang memiliki kemajuan yang pesat dan canggih. Manusia dituntut untuk meningkatkan pengembangan diri. Hal ini akan berdampak dalam Sumber Daya Manusia (SDM) yang lebih berkualitas. Sumber daya manusia dalam bidang periklanan semakin banyak dibutuhkan oleh agensi-agensi periklanan di Indonesia. Dan kami juga melihat banyaknya pekerja lepas yang bagus dibidang multimedia yang kurang dilihat portofolionya oleh karena itu kami ada untuk memfasilitasi mereka agar bisa mendapatkan proyek dan uang nantinya menurut kami ini kesempatan yang bagus untuk kedepannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga perkembangan kemampuan pekerja lepas di bidang multimedia kedepannya. Diperusahaan ini kita terdiri dari 7 orang pendiri yang memiliki tugas spesifik masing masing menurut minat dan bakatnya seperti ada CEO yang bertugas sebagai keputusan tertinggi, ada *Human*

resource and development yang bertugas untuk mengembangkan kepegaiwan, ada produksi yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan produksi client, ada finance yang bertugas mengatur keuangan perusahaan dan ada marketing yang bertugas memasarkan jasa perusahaan. *Human resource and development* di Tembok Creative berperan sebagai pemegang tanggung jawab atas sumber daya manusia di Tembok Creative, mulai dari membuat peraturan karyawan perusahaan, menerapkan kebijakan, dan menjaga hubungan di antara karyawan dengan perusahaan.

II. ANALISIS DAN PERANCANGAN

A. Perencanaan

Perencanaan pengembangan bisnis ini mulai dari pengumpulan modal, struktur organisasi, pembagian tugas hingga pembagian keuntungan. Bab ini menjelaskan bagaimana analisis pasar yang nantinya akan kami hadapi sistematis yang ditempuh untuk membangun solusi yang diharapkan dan rencana jadwal pengerjaan. Adapun perencanaan *human resource development* sebagai berikut :

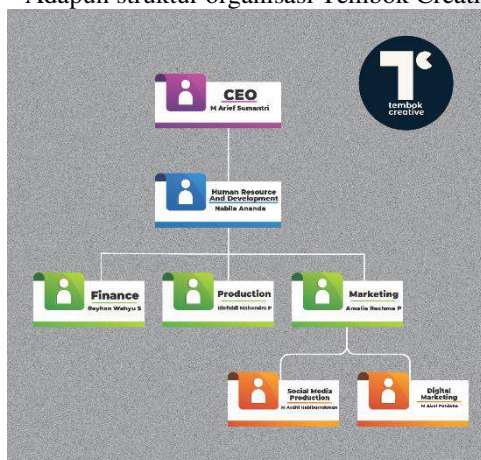
1. Membuat peraturan untuk karyawan Tembok Creative.
2. Membuat kontrak kerja antara karyawan dengan Tembok Creative.

B. Target Pasar

Kami merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kreatif, maka dari itu *agency* Tembok Creative ingin menggarap pasar yang membutuhkan jasa pengembangan sosial media maupun jasa fotografi, videografi, *3D artist* dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dan usaha perorangan.

C. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Tembok Creative



Gambar 1. Struktur Organisasi

Human resource development memiliki peran dan tanggung jawab yang besar dalam perusahaan. Dalam *agensi Tembok Creative* posisi *human resource development* memiliki beberapa tugas utama yang telah dilakukan, yaitu membuat surat kontrak antara karyawan dengan perusahaan, membuat peraturan karyawan, melakukan perekrutan bagi pekerja lepas, melakukan evaluasi kinerja karyawan.

A. Tugas Human Resource Development Dalam Proyek

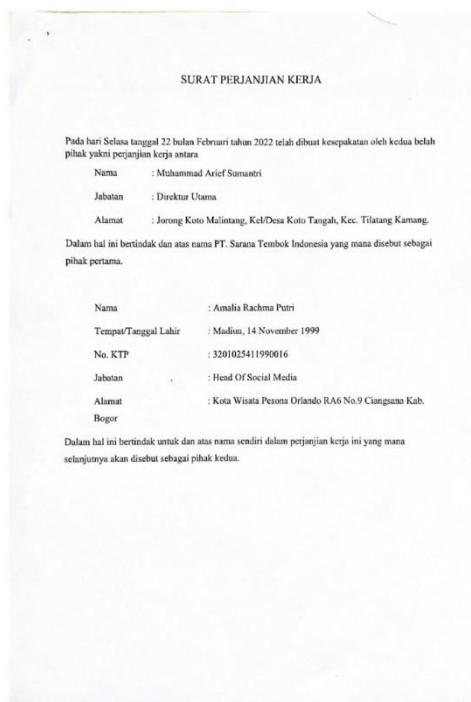
Human resource development bertugas mengawasi setiap berjalannya produksi. Memastikan produksi berjalan sesuai *content plan* mulai dari

1. *Pra-Production*, HRD menerima laporan sudah sejauh mana persiapan dari bagian produksi untuk kegiatan dihari tersebut.
2. Dalam *Production* tugas HRD tetap menerapkan peraturan untuk kedisiplinan karyawan Tembok Creative.
3. Dan dalam *Post-Production* HRD bertugas untuk memastikan hasil dari produksi sudah selesai dan dapat sesuai dengan *content plan*.
4. Selalu berkomunikasi dengan karyawan yang bersangkutan dengan produksi agar jadwal yang sudah ditentukan dalam *content plan* berjalan dengan semestinya.

B. Surat Kontrak Karyawan

Dalam setiap perusahaan pasti adanya surat kontrak kerja karyawan sebagai surat perjanjian yang sah dan ditandatangani di atas meterai, dengan itu *human resource development* Tembok Creative membuat surat perjanjian kerja untuk para karyawan

III. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN



Gambar 2. Surat Kontrak Kerja

C. Rekrutmen

1. Pembukaan *hiring freelancer* dan *Internship*

Tembok Creative membuat syarat dan ketentuan untuk rekrutmen dan di publikasi pada sosial media perusahaan serta akun - akun sosial media yang menjadi tempat para *job seeker* mencari lowongan pekerjaan.



Gambar 3. Hiring freelancer Graphic Designer



Gambar 4. Hiring Freelancer Photographer & Videographer



Gambar 5. Hiring Intern Graphic Designer



Gambar 6. Hiring Intern Social Media & Content Creator

2. Seleksi Berkas

Pada tahap ini setelah Tembok Creative mempublikasi membuka rekrutmen untuk *freelancer* dan *internship*, terdapat 105 (seratus lima) berkas yang masuk ke email perusahaan dan selanjutnya dilakukan seleksi berkas berdasarkan CV (Curriculum Vitae) serta portofolio setiap

kandidat. Berikut penulis lampirkan total kandidat secara terperinci selama 15 hari mulai dari 31 Mei hingga 14 Juni perekrutan dibuka terdapat :

1. *Freelancer Graphic Designer* : 52 Kandidat
2. *Freelancer Photographer & Videographer* : 14 Kandidat
3. *Internship Graphic Designer* : 27 Kandidat
4. *Internship Social Media & Content Creator* : 12 Kandidat

D. Evaluasi Kinerja Karyawan

Dalam tugas *human resource development* pasti adanya mengevaluasi dan memberikan penilaian kepada setiap karyawan perusahaan, demikian juga dalam agensi Tembok Creative *human resource development* memberikan formulir evaluasi dan penilaian pada karyawan setiap satu bulan satu kali berdasarkan beberapa aspek, seperti berikut :

FORMULIR EVALUASI DAN PENILAIAN KINERJA					
Nama		Periode Penilaian			
Riefaldy Mahendra Pramudya <td colspan="2">Maret 2022 <td></td> </td>		Maret 2022 <td></td>			
Jabatan					
Head of Production <td colspan="3"></td>					
No	ASPEK PENILAIAN KINERJA	Skor Penilaian			
		A 10-9	B 8-7	C 6-5	D 4-3
I. Kedisiplinan					
1	Kehadiran	9			
2	Pemanggilan	9			
3	Melaksanakan Peraturan perusahaan	8			
II. Kompetensi					
1	Efektifitas dan Efisiensi Kerja	9			
2	Ketepatan waktu	8			
3	Kemampuan Mencapai Target	9			
III. Kompetensi Umum					
1	Kerjasama	9			
2	Komunikasi	8			
3	Inisiatif dan kreatif	9			
4	Kemampuan Interpersonal	9			
Catatan		A : Sangat Baik			✓
		B : Baik			
		C : Cukup			
		D : Kurang			
Prestasi Lain Yang Perlu Dicatat		Dalam pelaksanaan produksi selalu			
		totalitas mulai dari pra production			
		production hingga post production			
		Selalu hadir, namun dalam			
		jadwal rapat yang sudah			
		ditentukan masih sering terlambat			
		Lebih bisa mengatur waktu saat jadwal			
		jadwal rapat, agar mengurangi			
		ketertambatan			
Saran dan Perbaikan					

Gambar 7. Evaluasi dan Penilaian Kinerja Karyawan

IV. KESIMPULAN

Dengan ini Tembok Creative membutuhkan rekrutmen secara konsisten untuk mensortir para pekerja lepas di bidang multimedia yang sangat kreatif dan kompeten agar banyak tercipta ide ide yang menarik agar konsumen dapat melirik agency Tembok Creative. Dengan adanya hal itu penulis sudah melakukan *hiring* dan mendapatkan total pelamar 105 dengan detail sebagai berikut :

1. *Freelancer Graphic Designer*: 52 Kandidat
2. *Freelancer Photographer & Videographer*: 14 Kandidat
3. *Internship Graphic Designer*: 27 Kandidat

4. *Internship Social Media & Content Creator*: 12 Kandidat

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Multimedia. 2016. Pada KBBI Online, <https://kbbi.web.id/multimedia> diakses pada 15 juni 2022 pukul 20.00.
- [2] Permiana, Rezi Muhammad Taufik. 2021. “ New Business Model For Creative Agency Through Influencer Marketing ” , <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/perfor ma/article/view/8101> diakses pada 12 juni 2022 pukul 22.30.
- [3] Prawiro, M. 2019. “ Arti HRD: Pengertian HRD, Serta Fungsi dan Tugasnya “, <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen /arti-hrd.html> , diakses pada 12 juni 2022 pukul 20.00.