

ANALISIS REKRUTMEN TENAGA KERJA INDUSTRI KREATIF (STUDI DI PERUSAHAAN 24SLIDES MALANG)

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Mohammad Redyanto
135020101111044**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

ANALISIS REKRUTMEN TENAGA KERJA INDUSTRI KREATIF (STUDI DI PERUSAHAAN 24SLIDES MALANG)

Yang disusun oleh :

Nama : Mohammad Redyanto
NIM : 13502010111044
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Program Studi : S1 Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Ekonomi Sumber Daya

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 3 Agustus 2020

Malang, 3 Agustus 2020

Dosen Pembimbing,



Dr. Asfi Manzilati, SE., ME.

NIP. 196809111991032003

ANALISIS REKRUTMEN TENAGA KERJA INDUSTRI KREATIF (Studi di Perusahaan 24Slides Malang)

Mohammad Redyanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: reddymohammad18@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyerapan tenaga kerja pada industri kreatif. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah pertama, bagaimana proses mekanisme rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides malang. Kedua, menganalisis kriteria ideal yang sesuai dengan perusahaan 24Slides malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan menggunakan metode penelitian studi kasus. Untuk metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu wawancara, observasi dan telaah dokumen. Untuk menguji validitas data, penelitian ini menggunakan uji triangulasi untuk menguji kredibilitas dan mencari keabsahan data yang sudah dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses mekanisme rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides mempunyai dua mekanisme yaitu rekrutmen terbuka dan melalui Internship Development Program (Magang). Perusahaan 24Slides menetapkan kriteria ideal yang sesuai bagi tenaga kerjanya antara lain yang pertama adalah mempunyai karakter yang sesuai dengan culture fit perusahaan, kedua mempunyai keahlian di bidang yang digeluti, ketiga memiliki kemampuan dalam menguasai teknologi, keempat kreativitas dan yang terakhir mampu menguasai Bahasa asing.

Kata Kunci: Tenaga Kerja, Industri Kreatif, Rekrutmen, Mekanisme, Kriteria

A. PENDAHULUAN

Saat ini, dunia sedang memasuki era revolusi 4.0 atau revolusi industri dunia keempat. Teknologi sudah menjadi basis dalam kehidupan manusia. Segala hal menjadi tanpa batas dan tidak terbatas akibat perkembangan internet dan teknologi digital. Era ini telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan baik di bidang ekonomi, politik, kebudayaan, seni, dan bahkan sampai ke dunia pendidikan. Dengan masuknya era revolusi 4.0 ini mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang mengembangkan potensi sub-sektor industri kreatif. Secara umum dan khususnya, ekonomi kreatif di masa mendatang diyakini akan menjadi primadona dan menjadi motor penggerak dalam perekonomian. Kreativitas menjadi unsur vital dalam ekonomi kreatif sendiri masih sulit untuk dibedakan apakah sebagai proses atau karakter bawaan manusia. Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki sumber daya yang terbaharukan.

Menurut badan ekonomi kreatif (Bekraf) dalam data statistik dan hasil survey khusus Bekraf tahun 2016, menjelaskan bahwa pada tahun 2014 penduduk yang bekerja dibidang industri kreatif sebanyak 15.16 Juta jiwa, lalu mengalami peningkatan pada tahun 2015 menjadi 15.96 Juta jiwa dan pada tahun 2016 naik menjadi 16,91 juta jiwa. Sedangkan, untuk PDB Ekonomi Kreatif pada tahun 2014 sebesar 784,82 Triliun lalu mengalami peningkatan pada tahun 2015 sebesar 4,38% menjadi 852,24 Triliun dan pada tahun 2016 naik menjadi 922,59 Triliun sebesar 4,95%.

Tabel 1 Data Statistik Tenaga Kerja Industri Kreatif dan PDB Ekonomi Kreatif tahun 2014-2016

Tahun	2014	2015	2016
Tenaga Kerja Industri Kreatif (Juta Jiwa)	15.16	15.96	16.91
PDB Ekonomi Kreatif (Triliun Rupiah)	784.82	852.24	922.59

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif, 2016

Menurut Bekraf pada tahun 2016, Ekonomi Kreatif juga memberikan kontribusi sebesar 7,44 persen terhadap total perekonomian nasional. Dengan bertumbuhnya Ekonomi Kreatif di Indonesia diharapkan dimasa depan akan menjadi salah satu sektor yang dapat menopang perekonomian Indonesia dalam memasuki era industri 4.0 ini. Dalam Ekonomi Kreatif terdapat beberapa sub-sektor, antara lain Kuliner, Fashion, Kriya, TV dan radio, Arsitektur, Periklanan, Musik, Fotografi, Desain Komunikasi visual, Aplikasi dan Game Developer dll. Dalam sub sektor tersebut ada beberapa sub-sektor yang sedang digandrungi kaum milenial dan mengalami pertumbuhan yang tinggi, yaitu Desain Komunikasi Visual. Pada tahun 2016 sub-sektor Desain Komunikasi Visual (DKV) mengalami pertumbuhan sebesar 8,98%. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2016. DKV adalah salah satu cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi melalui berbagai media yang dapat berupa gambar, tatanan huruf, video, media interaktif dan media visual lain agar gagasan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Pernyataan diatas, sejalan dengan pendapat Kusrianto (2007: 2) yang mengatakan, DKV (Desain Komunikasi Visual) adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (tata letak/perwajahan). Sebelum dikenal dengan Desain Komunikasi Visual atau DKV, bidang atau sektor ini bernama Desain Grafis.

Bidang ekonomi kreatif ini memiliki keunikan tersendiri, menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2015, struktur pendidikan tenaga kerja Ekonomi Kreatif berbeda dengan struktur tenaga kerja secara umum. pada tahun 2015 mendominasi pada strata pendidikan SMP kebawah sebesar 62.30%, sedangkan status pendidikan tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2015 unggul pada strata SMA ke atas. Lalu pada strata diploma keatas, presentase pada tenaga kerja ekonomi kreatif terpaut angka yang sangat jauh lebih rendah dibandingkan strata SMA sedrajat. Berdasarkan kutipan yang diambil di website beritasatu.com, ketika Nadiem Makarim (Menteri Pendidikan dan Kebudayaan) saat memberikan sambutan di acara serah terima Rektor Universitas Indonesia di Depok, Rabu (4/12/2019). "Saat ini, Indonesia sedang memasuki era di mana gelar tidak menjamin kompetensi. Kita memasuki era di mana kelulusan tidak menjamin kesiapan berkarya, akreditasi tidak menjamin mutu, kita memasuki era dimana masuk kelas tidak menjamin belajar,". Tren diatas menyebabkan peneliti tertarik untuk mencari tau lebih dalam mengenai industri kreatif, khususnya pada proses penyerapan tenaga kerjanya. Dimulai dari bagaimana proses mekanisme penyerapan tenaga kerja di industri kreatif hingga mencari tahu kriteria ideal yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja di perusahaan yang bergerak dibidang industry kreatif. Apakah terdapat perbedaan antara perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif dengan perusahaan formal lainnya.

Di kota malang sendiri terdapat beberapa perusahaan industri kreatif yang bergerak dalam bidang desain grafis. Salah satu yang akan kita bahas adalah perusahaan 24Slides yang berada di Kota Malang, 24Slides adalah perusahaan multinasional yang bergerak dibidang desain grafis yang sudah berdiri sejak tahun 2011 di Kota malang. Awal dari terbentuknya perusahaan ini dibangun karena melihat banyaknya potensi anak muda yang ada di kota malang untuk melakukan pekerjaan kreatif. Perusahaan yang berada di kota malang ini sedang bertumbuh pesat dan mempunyai lebih dari 100 pekerja yang mampu bersaing di Internasional. Perusahaan 24Slides yang bergerak dibidang desain grafis fokus untuk membuat template powerpoint dan desain slide powerpoint. Jenis jasa ini sangat sedikit digeluti oleh pelaku usaha dibidang industri kreatif yang berfokus kepada pembuatan template dan desain slide powerpoint di Indonesia.

Pemilihan Kota Malang sebagai kantor utama perusahaan ini melihat potensi Kota Malang yang mempunyai banyak anak muda kreatif dilihat dari banyaknya SMA, SMK dan Universitas ternama di Indonesia yang menghasilkan lulusan yang mampu bersaing. Dengan kerja keras dan berkembangnya perusahaan yang terletak di Kota Malang selama beberapa tahun belakang ini, Perusahaan 24Slides kini telah memiliki dua kantor lain selain di Indonesia yaitu terdapat di Kota Lima Peru dan di Kota Copenhagen Denmark. Keunikan perusahaan ini adalah sistem rekrutmen dan kriteria yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam melakukan penyerapan tenaga kerjanya. Apakah terdapat perbedaan dalam proses penyerapan tenaga kerja pada industri kreatif dengan industri formal lainnya. oleh karena itu berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS REKRUTMEN TENAGA KERJA INDUSTRI KREATIF (STUDI DI PERUSAHAAN 24SLIDES MALANG)”**.

B.

TINJAUAN PUSTAKA

Pasar Tenaga Kerja

Pasar Tenaga Kerja dapat diartikan sebagai suatu pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli tenaga kerja. Didalam pasar tenaga kerja, penjual tenaga kerja adalah para pencari kerja, sedangkan yang dimaksud dengan pembeli di pasar tenaga kerja adalah orang – orang atau lembaga yang memerlukan tenaga kerja.

Menurut Suroto (1990), Pasar Kerja adalah seluruh kebutuhan dan persediaan tenaga kerja, atau seluruh permintaan dan penawaran dalam masyarakat dengan seluruh mekanisme yang memungkinkan adanya transaksi produktif diantara orang menjual tenaganya dengan pihak pengusaha yang membutuhkan tenaga tersebut.

Dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja dari perusahaan, maka pasar tenaga kerja ini dirasakan dapat memberikan jalan keluar bagi perusahaan untuk memenuhinya. Dengan demikian tidak terkesan hanya pencari kerja yang mendapat keuntungan dari adanya pasar ini. Untuk menciptakan kondisi yang sinergi antara kedua belah pihak, yakni antara penjual dan pemberi tenaga kerja maka diperlukan kerjasama yang baik antara semua pihak yang terkait, yaitu penjual tenaga kerja, pembeli tenaga kerja, dan pemerintah.

Sedangkan menurut Simanjuntak (2001) pasar kerja adalah seluruh aktivitas dari pelaku-pelaku yang mempertemukan pencari kerja dan lowongan kerja. Pelaku ini terdiri dari:

1. Yang membutuhkan Pengusaha tenaga.
2. Pencari Kerja
3. Perantara atau pihak ketiga yang memberikan kemudahan bagi pengusaha dan pencari kerja untuk saling berhubungan.

Pengertian Tenaga Kerja

Menurut UU Pokok Ketenagakerjaan No. 14 Tahun 1969, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam hubungan ini maka pembinaan tenaga kerja merupakan peningkatan kemampuan efektivitas tenaga kerja untuk melakukan pekerjaan.

Sedangkan Menurut Dumairy (1996) pengertian tenaga kerja adalah penduduk yang berumur di dalam batas usia kerja. Lalu definisi tenaga kerja menurut menurut Simanjutak (1998), adalah penduduk yang berumur 10 tahun atau lebih yang sudah atau yang sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan sedang melaksanakan kegiatan lain seperti sekolah dan mengurus rumah tangga.

Menurut Dumairy (1996), Tenaga kerja (*man power*) dipilah kedalam dua kelompok yaitu angkatan kerja dan bukan angkatan kerja: Angkatan Kerja (*Labour force*) terdiri dari:

- a. Tenaga kerja atau penduduk dalam usia kerja yang bekerja, atau mempunyai pekerjaan untuk sementara tidak bekerja.
 - b. Tenaga kerja atau penduduk dalam usia kerja yang mencari pekerjaan.
- Sedangkan kelompok bukan angkatan kerja terdiri dari:

- a. Tenaga kerja atau penduduk dalam usia kerja yang tidak bekerja yakni orang-orang yang kegiatannya bersekolah (pelajar, mahasiswa).
- b. Tenaga kerja atau penduduk dalam usia kerja yang tidak mempunyai pekerjaan yakni orang-orang yang mengurus rumah tangga (maksudnya ibu-ibu yang bukan wanita karir).
- c. Tenaga kerja atau penduduk dalam usia kerja yang sedang tidak mencari pekerjaan yakni orang-orang yang kegiatannya menerima pendapatan tapi bukan merupakan imbalan langsung atas jasa kerjanya (pensiunan penderita cacat yang dependen).

Angkatan kerja (*Labour force*) adalah penduduk yang bekerja dan penduduk yang belum bekerja, namun siap untuk bekerja atau sedang mencari pekerjaan pada tingkat upah yang berlaku. Irawan, Suparmoko (1987).

Teori Permintaan Tenaga Kerja

Menurut Bellante dan Jackson (1990), yang dimaksud dengan permintaan adalah sebuah hubungan antara harga dan juga kuantitas. Sedangkan pengertian permintaan tenaga kerja dalam hubungannya dengan tenaga kerja adalah banyaknya jumlah pekerja yang dibutuhkan oleh suatu unit usaha pada tingkat upah tertentu. Sehingga permintaan tenaga kerja dapat didefinisikan sebagai jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan oleh pengusaha pada setiap kemungkinan tingkat upah dalam jangka waktu tertentu.

Semakin tinggi permintaan oleh konsumen terhadap barang dan jasa maka permintaan tenaga kerja juga akan meningkat dan juga sebaliknya. Sehingga keputusan dari pengusaha untuk mengurangi atau meningkatkan permintaan tenaga kerja sangat berpengaruh pada permintaan konsumen. Hal ini dikarenakan sebuah perusahaan mempekerjakan seseorang untuk meningkatkan nilai produksinya, Simanjuntak (1985).

Teori Penawaran Tenaga Kerja

Penawaran tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang dapat disediakan oleh pemilik tenaga kerja pada setiap kemungkinan upah dalam jangka waktu tertentu. Penawaran tenaga kerja merupakan fungsi antara jumlah tenaga kerja yang ditawarkan dan tingkat upah yang berlaku. Penawaran tenaga kerja pada suatu daerah adalah suatu penjumlahan dari seluruh tenaga kerja yang tersedia di daerah tersebut.

Menurut Bellante dan Jackson (1990), penawaran tenaga kerja adalah hubungan tingkat upah dengan jumlah tenaga kerja yang para pemilik tenaga kerja siap untuk menyediakannya. Tenaga kerja memiliki dua pilihan dalam mengalokasikan waktu mereka, yaitu untuk bekerja dalam tujuan mendapatkan imbalan upah yang tinggi dan untuk waktu luang. Sedangkan jumlah tenaga kerja yang tersedia pada kegiatan perekonomian secara keseluruhan tergantung pada jumlah penduduk, presentase jumlah penduduk yang memilih masuk kedalam angkatan kerja, dan jumlah jam kerja yang ditawarkan oleh angkatan kerja.

Penyediaan tenaga kerja dipengaruhi oleh lamanya orang bekerja setiap minggu, dimana tidak sama diantara setiap orang. Selain itu penyediaan tenaga kerja dipengaruhi oleh tingkat produktivitas kerja. Produktivitas kerja seseorang dipengaruhi oleh motivasi dari tiap-tiap individu, tingkat pendidikan dan latihan yang sudah diterima, Simanjuntak (1985).

Ketika terjadi kenaikan upah maka pendapatan tenaga kerja tersebut akan mengalami peningkatan. Sehingga mereka cenderung akan meningkatkan konsumsi dan lebih banyak memilih untuk menikmati waktu luang karena mereka merasa dengan upah yang tinggi tersebut sudah dirasa cukup dan berdampak pada pengurangan jam kerja, hal tersebut dinamakan dengan efek pendapatan (income effect). Namun di sisi lain, kenaikan upah juga dapat diartikan naiknya harga dari waktu. Mahalnya dari harga waktu ini membuat tenaga kerja lebih semangat dalam bekerja dan menyisihkan waktu luangnya dan mereka gunakan untuk bekerja lebih banyak lagi. Perubahan pada waktu kerja tersebut disebut dengan efek substitusi (Substitution effect).

Pasar Industri Kreatif

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa atau juga Ekonomi Kreatif. Menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2009, industri kreatif adalah industri yang asalnya dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas beserta bakat yang dimiliki oleh individu dalam menciptakan kesejahteraan dan juga lapangan kerja. Industri ini fokus dalam memberdayakan daya cipta dan daya kreasi individu.

Menurut Howkins 2001, industri kreatif adalah industri yang memiliki ciri keunggulan dalam sisi kreativitas untuk menghasilkan dan menciptakan beragam desain kreatif, yang melekat pada suatu produk barang atau jasa yang telah dihasilkan. Dari penjelasan beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian dari industri kreatif adalah suatu industri yang menggabungkan unsur digital, dan unsur kreatif dalam produk dan jasanya. Industri ini pada umumnya adalah hasil dari produk teknologi informasi yang dapat menjadi solusi atas masalah, di dalam kehidupan sehari-hari.

Karakteristik khusus dari ekonomi atau industri kreatif ini menunjukkan keunggulan pada kreativitas guna menghasilkan desain kreatif yang melekat pada produk / layanan yang dihasilkan. Karakteristik ekonomi kreatif, meliputi:

1. Memiliki unsur utama berupa kreativitas, keahlian dan bakat yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.
2. Terdiri dari penyediaan produk kreatif secara langsung kepada pelanggan dan mendukung penciptaan nilai kreatif di sektor lain yang tidak terkait langsung dengan pelanggan.
3. Siklus hidup pendek, margin tinggi, keragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru.
4. Dibutuhkan kolaborasi antara berbagai pelaku yang berperan dalam industri kreatif, yaitu kaum intelektual (intelektual), dunia bisnis, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar.
5. Berdasarkan suatu ide atau ide.
6. Pengembangan tidak terbatas di berbagai bidang bisnis.
7. Konsep yang dibangun relatif.

Dalam industri kreatif sendiri terdapat beberapa sub-sektor. Berikut ini merupakan sub-sektor industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia:

1. Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, dan lain sebagainya.

2. **Arsitektur:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (Town planning, urban design, landscape architecture) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior).
3. **Pasar Barang Seni:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film, seni rupa dan lukisan.
4. **Kerajinan:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).
5. **Desain:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
6. **Fesyen:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
7. **Video, Film dan Fotografi:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya manajemen produksi film, penulisan skrip, tata sinematografi, tata artistik, tata suara, penyuntingan gambar, sinetron, dan eksibisi film.
8. **Permainan Interaktif:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.
9. **Musik:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
10. **Seni Pertunjukan:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
11. **Penerbitan dan Percetakan:** kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
12. **Layanan Komputer dan Peranti Lunak:** kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan peranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur peranti lunak, desain prasarana peranti lunak dan peranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
13. **Televisi dan Radio:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.
14. **Riset dan Pengembangan:** kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.
15. **Kuliner:** kegiatan kreatif ini termasuk baru, kedepan direncanakan untuk dimasukkan ke dalam sektor industri kreatif dengan melakukan sebuah studi terhadap pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia yang dapat ditingkatkan daya saingnya di pasar ritel dan pasar internasional. Studi dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi selengkap mungkin mengenai produk-produk makanan olahan khas Indonesia, untuk disebarluaskan melalui media yang tepat, di dalam dan di luar negeri, sehingga memperoleh peningkatan daya saing di pasar ritel modern dan pasar internasional. Pentingnya kegiatan ini dilatarbelakangi bahwa Indonesia memiliki warisan budaya produk makanan khas, yang pada dasarnya merupakan sumber keunggulan komparatif bagi Indonesia.

Rekrutmen Tenaga Kerja Industri Kreatif

Dalam proses penyerapan tenaga suatu perusahaan, Rekrutmen merupakan hal yang penting untuk mencari kriteria tenaga kerja yang cocok dengan tujuan perusahaan. Rekrutmen dikatakan sukses jika jumlah pelamar banyak sehingga perusahaan semakin besar peluang untuk mendapatkan calon tenaga kerja baru.

- 1 Menurut Henry Simamora (1997:212) dalam buku koleksi digital Universitas Kristen Petra menyatakan bahwa “Rekrutmen (Recruitment) adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian.”
- 2 Proses Rekrutmen ini dilakukan apabila ada departemen yang memerlukan karyawan baru, bisa dikarenakan adanya karyawan yang berhenti kerja ataupun adanya pekerjaan baru yang harus dikerjakan dan memerlukan penambahan karyawan. Rekrutmen karyawan untuk mengisi posisi yang masih lowong dapat dilakukan melalui dua sumber yaitu rekrutmen internal dan rekrutmen eksternal. Rekrutmen yang efektif memerlukan tersedianya informasi yang akurat dan berkesinambungan mengenai jumlah dan kualifikasi individu yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai pekerjaan dalam perusahaan. Aktifitas rekrutmen akan menyisihkan pelamar yang kurang tepat dan memfokuskan kemampuannya pada calon yang akan dipanggil kembali. Aktifitas rekrutmen dapat membengun opini publik yang menguntungkan dengan cara mempengaruhi sikap pelamar sedemikian rupa terlepas mereka diangkat atau tidak dalam organisasi tersebut.
- 3 Pada rekrutmen industri kreatif, tentunya ada aspek aspek tambahan. Tentunya dengan namanya industry kreatif, maka diharapkan para pencari kerja atau angkatan kerja mempunyai beberapa aspek seperti ketrampilan, kreativitas dan bakat yang dimiliki oleh individu itu sendiri.

Metode – Metode Rekrutmen

Metode yang digunakan dalam proses rekrutmen tenaga kerja akan berpengaruh sangat besar terhadap banyaknya lamaran yang masuk ke dalam perusahaan. Metode calon karyawan baru menurut Hasibuan, (2010) dibagi menjadi metode terbuka dan metode tertutup.

1. Metode Terbuka: Metode terbuka adalah dimana rekrutmen diinformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media masa baik cetak atau elektronik, ataupun dengan cara dari mulut ke mulut (kabar orang lain) agar tersebar ke masyarakat luas. Dengan metode terbuka ini diharapkan dapat menarik banyak lamaran yang masuk, sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang qualified menjadi lebih besar.
2. Metode Tertutup: Metode tertutup yaitu dimana rekrutmen diinformasikan kepada para karyawan atau orang tertentu saja. Akibatnya lamaran yang masuk relatif sedikit, sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang baik akan semakin sulit.

Tujuan Rekrutmen Tenaga Kerja

Menurut Henry Simamora (1997) proses rekrutmen memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Untuk memikat sekumpulan besar pelamar kerja sehingga organisasi akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan pemilihan terhadap calon-calon pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi organisasi.
2. Tujuan pasca pengangkatan (post-hiring goals) adalah penghasilan karyawan-karyawan yang merupakan pelaksana-pelaksana yang baik dan akan tetap bersama dengan perusahaan sampai jangka waktu yang masuk akal.
3. Upaya-upaya perekrutan hendaknya mempunyai efek luberan (spillover effects) yakni citra umum organisasi haruslah menanjak, dan bahkan pelamar-pelamar yang gagal haruslah mempunyai kesan-kesan positif terhadap perusahaan.

Pengertian, Kualifikasi dan Proses Seleksi Tenaga Kerja

Menurut Rivai (2011) menjelaskan bahwa seleksi adalah kegiatan dalam manajemen SDM yang dilakukan setelah proses rekrutmen selesai dilaksanakan. Hal ini berarti telah terkumpul sejumlah pelamar yang memenuhi syarat untuk kemudian dipilih mana yang dapat ditetapkan sebagai karyawan dalam suatu perusahaan. Proses pemilihan ini yang dinamakan dengan seleksi. Proses merupakan sarana yang digunakan perusahaan dalam memutuskan pelamar mana yang akan diterima. Proses ini dimulai ketika aplikasi atau pelamar melamar kerja dan diakhiri dengan keputusan penerimaan. Berdasarkan pengertian itu maka kegiatan seleksi itu mempunyai arti yang sangat strategis dan penting bagi perusahaan.

Kualifikasi seleksi meliputi umur, keahlian, kesehatan fisik, pendidikan, jenis kelamin, tampang, bakat, temperamen, karakter, pengalaman kerja, kerja sama, kejujuran, kedisiplinan, inisiatif dan kreativitas, Hasibuan (2010). Adapun kualifikasi tenaga kerja sebagai berikut:

1. Umur: Umur harus mendapat perhatian karena akan mempengaruhi kondisi fisik, mental, kemampuan kerja, dan tanggung jawab seseorang. Umur pekerja juga diatur oleh undang-undang perburuhan. Karyawan muda umumnya mempunyai fisik yang lebih kuat, dinamis dan kreatif, tetapi cepat bosan, kurang bertanggung jawab, cenderung absensi, dan turnover-nya tinggi. Karyawan yang umurnya lebih tua kondisi fisiknya kurang tetapi bekerja ulet, tanggung jawabnya besar, serta absensi dan turnover-nya rendah.
2. Keahlian: Keahlian harus mendapat perhatian utama kualifikasi seleksi. Hal ini yang akan menentukan mampu tidaknya seseorang menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan kepadanya. Keahlian ini mencakup technical skill, human skill, conceptual skill, kecakapan untuk memanfaatkan kesempatan, serta kecermatan menggunakan peralatan yang dimiliki perusahaan dalam mencapai tujuan.
3. Kesehatan fisik: Kesehatan fisik sangat penting untuk dapat menduduki suatu jabatan. Tidak mungkin seseorang dapat menyelesaikan tugas-tugasnya dengan baik jika sering sakit. Bahkan, perusahaan akan dibebani pengeluaran biaya perawatan yang cukup besar.
4. Pendidikan: Pendidikan merupakan suatu indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan latar belakang pendidikan pula seseorang dianggap akan mampu menduduki suatu jabatan tertentu.
5. Jenis kelamin: Jenis kelamin harus diperhatikan berdasarkan sifat pekerjaan, waktu mengerjakan dan peraturan-peraturan. Misalnya untuk pekerjaan berat atau untuk jaga malam kurang pantas dijabat oleh kaum wanita. Demikian juga untuk pekerjaan merawat bayi kurang cocok dilakukan oleh pria.
6. Tampang: Tampang (physical appearance) adalah keseluruhan penampilan dan kerapian diri seseorang yang tampak di luar. Tampang hanyalah merupakan kualifikasi tambahan. Artinya untuk jabatan tertentu tampang akan turut membantu keberhasilan seseorang dalam melaksanakan tugasnya.
7. Bakat: Bakat (mental aptitude) perlu mendapatkan perhatian, karena orang yang berbakat lebih cepat berkembang dan mudah menangkap pengarahannya yang diberikan. Biasanya orang yang berbakat diserahkan kepada psikolog.
8. Temperamen: Temperamen adalah pembawaan seseorang yang sulit dipengaruhi oleh lingkungan dan melekat pada dirinya. Penilaian temperamen calon karyawan agak sulit. Untuk penilaian diserahkan kepada psikolog.
9. Karakter: Karakter atau kepribadian berbeda dengan temperamen walaupun ada hubungan yang erat antara keduanya. Karakter merupakan sifat pembawaan seseorang yang dapat diubah dengan lingkungan atau pendidikan, sedangkan temperamen tidak dapat diubah oleh lingkungan.
10. Pengalaman kerja: Pengalaman kerja seseorang pelamar hendaknya mendapat pertimbangan utama dalam proses seleksi. Orang yang berpengalaman merupakan calon karyawan yang telah siap pakai.
11. Kerja sama: Kerja sama harus diperhatikan dalam proses seleksi, karena kesediaan kerja sama, baik vertikal maupun horizontal merupakan kunci keberhasilan perusahaan, asalkan kerja sama itu sifatnya positif serta berasaskan kemampuan.
12. Kejujuran: Kejujuran merupakan kualifikasi seleksi yang sangat penting karena kejujuran merupakan kunci untuk mendelegasikan tugas kepada seseorang. Perusahaan tidak akan mendelegasikan wewenang kepada seseorang yang tidak jujur dan tidak bertanggung jawab.
13. Kedisiplinan: Kedisiplinan perlu diperhatikan dalam proses seleksi karena untuk dapat menyelesaikan tugas dengan baik seseorang harus disiplin, baik pada dirinya sendiri maupun pada peraturan perusahaan. Karyawan yang kurang disiplin sulit diharapkan mendapat hasil kerja yang baik.
14. Inisiatif dan Kreatif: Inisiatif dan kreatif merupakan kualifikasi seleksi yang penting karena inisiatif dan kreativitas dapat membuat seseorang mandiri dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Langkah-langkah proses seleksi perlu ditetapkan dengan cermat dan berdasarkan asas efisiensi untuk memperoleh karyawan yang qualified dengan penempatan yang tepat. Adapun langkah-langkah proses seleksi menurut Hasibuan (2010) sebagai berikut:

1. Seleksi surat-surat lamaran. Menyeleksi surat-surat lamaran artinya memilih surat-surat lamaran dan mengelompokkan atas surat lamaran yang memenuhi syarat dan surat lamaran yang tidak memenuhi syarat. Lamaran yang tidak memenuhi syarat berarti gugur, sedangkan lamaran yang memenuhi syarat dipanggil untuk mengikuti seleksi berikutnya.
2. Pengisian blanko lamaran. Pelamar yang dipanggil diharuskan mengisi blanko (formulir) lamaran yang telah disediakan. Formulir rincian data yang komplet dari pelamar, seperti orang tuanya, pengalaman kerjanya, dan gaji yang dimintakan. Formulir lamaran akan digunakan sebagai salah satu alat referensi pelamar bersangkutan.
3. Pemeriksaan referensi

Memeriksa referensi adalah meneliti siapa referensi pelamar, dipercaya atau tidak untuk memberikan informasi mengenai sifat, perilaku, pengalaman kerja, dan hal-hal lain yang dianggap penting dari pelamar.

4. Wawancara pendahuluan. Dalam wawancara pendahuluan, pimpinan atau tim penyeleksi perusahaan mengadakan wawancara formal dan mendalam dengan pelamar. Dengan demikian akan didapatkan data yang lebih komplet dan lebih terinci.
5. Tes penerimaan. Tes penerimaan adalah proses untuk mencari data calon karyawan yang disesuaikan dengan spesifikasi jabatan atau pekerjaan yang akan dijabat. Jenis penerimaan calon karyawan ini adalah wawancara dan tertulis. Bentuk-bentuk tes penerimaan adalah physical test (medical test), academic test, knowledge test dan phsychological test.
6. Tes psikologi (psychological test). Tes psikologi adalah proses menguji atau mengetes kemampuan mental pelamar untuk mengukur apakah mentalnya sesuai dengan yang diinginkannya.
7. Tes Kesehatan. Tes kesehatan yaitu pemeriksaan kesehatan fisik pelamar apakah memenuhi spesifikasi yang telah ditentukan untuk jabatan yang bersangkutan. Tes kesehatan hendaknya diperhatikan dengan cermat karena sangat menentukan tingkat prestasi kerja karyawan. Tidak mungkin karyawan akan dapat berprestasi baik jika ia sering sakit dan tidak dapat hadir untuk melaksanakan tugas-tugasnya.
8. Wawancara akhir oleh atasan langsung. Kepala bagian atau atasan langsung mewawancarai pelamar untuk memperoleh data yang lebih mendalam tentang kemampuan pelamar dalam melaksanakan tugas-tugas yang akan diberikan kepadanya. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan praktis pelamar dalam mengerjakan pekerjaan dan juga untuk memperoleh gambaran apakah pelamar dapat diajak bekerja sama atau tidak.
9. Memutuskan diterima atau ditolak. Top manajer akan memutuskan diterima atau ditolaknya pelamar setelah memperoleh hasil dari seleksi-seleksi terdahulu.

C.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Guna mencapai tujuan penelitian serta menjawab rumusan masalah, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif, menurut Creswell (2016), merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna. Sementara Sugiyono (2011) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*. Hal tersebut berguna untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Dari beberapa pengertian tersebut maka penelitian kualitatif dapat dimaknai sebagai metode penelitian yang menggunakan logika induktif (mengambil kesimpulan berdasar pada satu atau lebih fakta atau bukti-bukti (Jogiyanto, 2010) untuk meneliti dan mengeksplorasi kondisi obyek yang alamiah (*natural setting*) dalam upaya memahami makna atas kondisi tersebut.

Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode studi kasus yang bertujuan untuk meneliti suatu kasus atau fenomena tertentu yang ada didalam masyarakat yang dilakukan secara mendalam untuk mempelajari latar belakang, keadaan, dan interaksi yang terjadi.

Studi kasus dilakukan pada suatu kesatuan sistem yang bisa berupa suatu program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang ada pada keadaan atau kondisi-kondisi tertentu. Menurut Creswell (2016), Studi kasus merupakan strategi penelitian di mana peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu. Oleh karenanya penelitian ini mengadopsi strategi tersebut karena sejalan untuk mencapai tujuan penelitian serta membantu menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini, berdasar metode tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Rekrutmen Tenaga Kerja Industri Kreatif (Studi pada Perusahaan 24Slides Indonesia).

Unit Analisis dan Informan

Menurut Babbie (2014), unit analisis merupakan apa atau siapa yang sedang dipelajari atau diteliti. Zulganef (2013) juga menguatkan pendapat Babbie (2014), bahwa unit analisis adalah sumber informasi mengenai variabel yang akan diolah dalam penelitian. Dari kedua pendapat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa unit analisis adalah sesuatu yang berhubungan dengan fokus yang diteliti. Maka dari itu, unit analisis dari penelitian ini berfokus pada persoalan permintaan yang dilihat dari sisi Perusahaan 24Slides Indonesia dan berkaitan terhadap penawaran yang dilihat dari penyerapan tenaga kerja oleh Perusahaan 24Slides Indonesia

Penentuan Informan

Untuk memperoleh informasi dan data guna mengidentifikasi dan menentukan permintaan tenaga kerja oleh Perusahaan 24Slides Indonesia terhadap penawaran tenaga kerja pada Perusahaan 24Slides Indonesia, maka penelitian ini menggunakan informan dalam proses pengumpulan data. Babbie (2014) menyebut informan sebagai seseorang yang berpengalaman atau praktisi serta memiliki pengalaman pada objek yang akan diteliti. Maka dari itu, informan yang dilibatkan dalam pengambilan data pada penelitian ini dikategorikan sebagai berikut: (a) Informan kunci, yakni. *Head of Employee Success* Perusahaan 24Slides Indonesia yang mampu mengungkapkan persepsi, pengalaman, sikap dan tindakannya terkait aspek-aspek yang harus dimiliki oleh tenaga kerja; (b) Informan pendukung, para pekerja yang sudah memenuhi aspek-aspek yang diminta perusahaan atau pihak-pihak lain yang terlibat, baik itu secara langsung maupun tidak, dalam Perusahaan 24Slides Indonesia, serta mampu mengungkapkan makna dan pengalamannya terkait proses rekrutmen di perusahaan tersebut. Sehingga informan pendukung di sini juga berfungsi sebagai penguji validitas data yang telah diperoleh.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang utama digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara mendalam (*in-depth interview*). Namun, selain menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*), penelitian ini juga menggunakan observasi langsung dan juga penelaahan terhadap dokumen tertulis untuk mendukung data yang telah didapatkan melalui wawancara. Suyanto dan Sutinah (2007) mengklasifikasikan macam pengumpulan data secara kualitatif menjadi 3, antara lain: (1) wawancara mendalam dan terbuka; (2) observasi langsung; dan (3) penelaahan terhadap dokumen.

Adapun pengertian dan penjelasan mengenai wawancara mendalam dan terbuka, observasi langsung, dan penelaahan terhadap dokumen tertulis, yaitu:

1. Wawancara (*In-Depth Interview*). Secara umum wawancara dapat diartikan sebagai suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawawancarai atau narasumber (*interviewee*) tentang masalah yang diteliti, di mana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari narasumber yang relevan dengan tujuan penelitian, Gunawan (2014). Dalam wawancara mendalam, berlangsung suatu diskusi terarah diantara peneliti dan informan menyangkut masalah yang diteliti, sehingga peneliti akan memperoleh data informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Dalam konteks ini, data dan informasi diarahkan untuk mengidentifikasi permintaan yang dilihat dari sisi Perusahaan 24Slides Indonesia dan berkaitan terhadap penawaran yang dilihat dari penyerapan tenaga kerja oleh Perusahaan 24Slides Indonesia.
2. Observasi. Widi (2010) mengungkapkan observasi sebagai suatu cara yang bermanfaat, sistematis dan selektif dalam mengamati dan mendengarkan interaksi atau fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah datang secara langsung ke Perusahaan 24Slides Indonesia, kemudian melakukan interaksi kepada pihak perusahaan dan tenaga kerja disera. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan dan interaksi yang terjadi di Perusahaan 24Slides Indonesia.
3. Telaah Dokumen. Penelaahan dokumen atau studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara, Gunawan (2014). Penelaahan dokumen atau studi dokumen dalam penelitian ini berupa upaya untuk mendapatkan data dan informasi melalui tulisan atau dokumentasi yang terkait dengan tujuan penelitian, yakni permintaan tenaga kerja yang berkaitan terhadap penawaran yang dilihat dari penyerapan tenaga kerja oleh Perusahaan 24Slides Indonesia. Dokumen-dokumen yang terkait dengan tujuan penelitian tersebut sangat penting guna melengkapi data lapangan.

Uji Validitas Data

Dalam penulisan ini, untuk menguji validitas data yang telah dikumpulkan penulis, maka penulis menggunakan uji triangulasi untuk menguji kredibilitas dan mencari keabsahan data yang sudah dikumpulkan. Menurut Moleong (2010) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Menurut Wiersma (1986), Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

- a. Triangulasi Sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menugasi, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerjasama. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, mana pandangan yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut. Kesimpulannya adalah triangulasi sumber merupakan cara untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda – beda dengan menggunakan teknik yang sama.
- b. Triangulasi Teknik. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain. Atau mungkin semua benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.
- c. Triangulasi Waktu. Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, sehingga akan memberikan data yang lebih valid dan lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

D. PEMBAHASAN

Perusahaan 24Slides merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri kreatif yang terletak di Kota Malang Jawa Timur. Perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2011 ini memiliki lebih dari 100 lebih karyawan dan memiliki 2 kantor cabang yang terletak di Kota Lima Peru dan di Kota Copenhagen Denmark. Sebagai perusahaan industri kreatif yang bergerak di bidang desain grafis, perusahaan 24Slides merupakan salah satu unggulan di Kota Malang. Perusahaan ini mampu memproduksi desain slides powerpoint dengan 24 jam dan beroperasi selama 24 jam non-stop. Perusahaan ini sudah bekerja sama dengan banyak perusahaan ternama seperti Implement, Devoteam, Carlsberg, SoftwareOne, Millercoors dan lain sebagainya.

Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan 24Slides Malang

Perjalanan perusahaan 24Slides dimulai dari sebuah ide yang dicetuskan oleh CEO sekaligus pendiri 24Slides pada tahun 2010 yaitu Tobias Schelle. Pada tahun itu Tobias mengadakan perlombaan desain grafis yang ternyata pemenangnya berasal dari Kota Malang. Setelah itu Tobias yang berasal dari Denmark melakukan perjalanan ke Bali untuk berlibur sekaligus mengundang pemenang lomba desain grafis dari Kota Malang tersebut. Tobias menawarkan untuk bekerja sama mendirikan perusahaan kecil yang bergerak dibidang desain slides powerpoint. Pada tahun itu Tobias melihat peluang bahwa bidang desain slides power point belum mempunyai banyak pesaing dan memiliki peminat yang banyak. Satu tahun kemudian tepatnya pada tahun 2011, Tobias memutuskan untuk membuka perusahaan di Kota Malang, melihat bahwa Kota Malang memiliki anak muda yang memiliki potensi yang bagus dalam bidang industri ini dilihat dari banyaknya Universitas yang ada di Kota Malang. Diawali oleh 2 orang dari Denmark salah satunya Tobias dan 4 orang dari Kota Malang, dalam 10 bulan perusahaan yang memiliki nama awal yaitu SlidesShop ini mempunyai banyak permintaan dan terus berkembang. Pada tahun 2012 dengan banyaknya permintaan dan perkembangan perusahaan yang semakin meningkat, perusahaan yang awalnya mempunyai produk untuk membuat template slides powerpoint menambahkan pelayanan untuk membuat desain slides powerpoint berdasarkan permintaan pelanggan dan mampu mendapatkan pelanggan kontrak pertamanya di tahun ini. Semakin pesatnya pertumbuhan dan permintaan, dengan mengkaji dan mematangkan ide, akhirnya perusahaan yang bernama SlideShop beganti menjadi 24Slides, dengan harapan dan keunggulan mampu menyelesaikan layanan desain slides powerpoint dalam waktu 24 jam saja.

Setelah 2 tahun pertumbuhan yang sukses, 24Slides akhirnya memiliki kantor pertamanya yang terletak di Kawasan perumahan Tidar dan sudah memiliki 30 lebih orang karyawan yang berada di Indonesia dan di Denmark.

Dalam waktu yang singkat yaitu di tahun 2017 melihat semakin banyaknya karyawan dan membutuhkan fasilitas yang memadai untuk kegiatan bekerja akhirnya perusahaan 24Slides pindah dan memiliki gedung yang berukuran 2000m2 yang mampu menampung lebih dari 150 orang. Dalam gedung tersebut perusahaan mempunyai fasilitas dan arsitektur bergaya modern yang dapat dinikmati oleh seluruh karyawan perusahaan 24Slides antara lain kafetaria, lapangan serbaguna, area fitness, area relaksasi, perpustakaan, ruang rapat, tribun, seluncuran besar yang menghubungkan lantai dua dan lantai dasar, tempat tidur dan lain sebagainya. Perusahaan ini juga mempunyai fasilitas dan program untuk pengembangan kompetensi karyawannya serta mempunyai program Kesehatan untuk menunjang Kesehatan bagi para karyawannya. Perusahaan ini mempunyai program antara lain *English Class, Sports Day, Enrichment Training, 24Academy, 24Healthinsurance*, Program BPJS Tenaga Kerja, dan lain sebagainya. Kini perusahaan 24Slides sudah berkembang pesat dan mendirikan cabang yang berada di Kota Lima Peru pada tahun 2019 untuk membantu mempercepat produksi dan mengembangkan perusahaan semakin besar.

Visi dan Misi Perusahaan 24Slides Malang

Tidak seperti kebanyakan perusahaan lain, Perusahaan 24Slides memiliki tujuan utama yaitu melakukan pengembangan diri untuk para karyawannya. Perusahaan 24Slides memperlakukan karyawannya sebagai aset bukan alat. Oleh karena itu perusahaan ini memiliki visi misi yang diberi nama “a tree and shining star” *Personal Growth* menjadi nilai utama yang diangkat oleh perusahaan ini. Dengan meningkatkan *Personal Growth* dari karyawannya diharapkan mampu menjadikan perusahaan ini menjadi perusahaan yang bergerak dibidang desain slides powerpoint ini menjadi nomor 1 dan mendapatkan finansial yang baik bagi perusahaan dan seluruh karyawannya. Untuk mewujudkannya, perusahaan ini harus mempunyai akar yang kuat yang dapat menopang perusahaan ini kedepannya. Diharapkan perusahaan serta karyawannya mempunyai nilai-nilai sebagai berikut yaitu *Respect, Teamwork, Transparent Communication, Open Mind, Discipline, Family, Positive Attitude, Fun*. Diharapkan nilai-nilai tersebut mampu menjadi pedoman yang dipegang oleh seluruh karyawannya serta mampu membantu untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan

Struktur Organisasi Perusahaan 24Slides Malang

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terdapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Struktur organisasi dapat menggambarkan secara jelas pemisahan kegiatan dari pekerjaan antara yang satu dengan kegiatan yang lainnya dan juga bagaimana hubungan antara aktivitas dan fungsi dibatasi. Di dalam struktur organisasi yang baik harus dapat menjelaskan hubungan antara wewenang siapa melapor atau bertanggung jawab kepada siapa, jadi terdapat suatu pertanggungjawaban apa yang akan di kerjakan. Itulah beberapa definisi struktur organisasi. Perusahaan 24Slides mempunyai struktur organisasi yang mungkin sedikit berbeda dari perusahaan lain, dari nama jabatan hingga level. Berikut ini adalah ilustrasi struktur organisasi di perusahaan 24Slides.

Tabel 2 Departemen di Perusahaan 24Slides

No	Departemen	Nama
1.	CEO	Tobias Schelle
2.	Head of Sales Sales Division	Robert Glaesel
3.	Head of Marketing Division	Ben Otomo
4.	Head of Growth Division	Jonathan Jeffery
5.	Head of Web Development Division	Robert Glaesel
6.	Head of Operation Division	Louise
7.	Head of Employee Success Department	Muhammad Isa Habibi
8.	Head of Design Department	Angger Setiyaki
9.	Head of Support Department	Kharizal Ghulam
10.	Head of Research and Development	Mira Marika
11.	Head of Administration Department	Sartika Oktiani

Sumber: <https://sites.google.com/24slides.com/helpful-guide/home>

Dalam hal ini departemen yang bertanggung jawab untuk melakukan seleksi rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides adalah *Employee Success department* yang didalamnya terdapat 2 divisi yaitu *Training Manager* dan *Employee Happiness*. Selanjutnya terdapat pula user atau departemen yang dipilih oleh calon aplikasi, seperti *Design Department, Support Department* atau *Administration Department* yang akan membantu melakukan seleksi

rekrutmen tenaga kerja tergantung posisi apa yang diambil oleh calon aplikasi. Ketika penelitian dilapangan terdapat fakta yang dapat diambil dari perusahaan industri kreatif dalam hal ini adalah perusahaan 24Slides Malang. Seperti yang sudah disampaikan oleh Nadiem Makarim (Menteri Pendidikan dan Kebudayaan) saat memberikan sambutan di acara serah terima Rektor Universitas Indonesia di Depok, Rabu (4/12/2019). "Saat ini, Indonesia sedang memasuki era di mana gelar tidak menjamin kompetensi. Kita memasuki era di mana kelulusan tidak menjamin kesiapan berkarya, akreditasi tidak menjamin mutu, kita memasuki era dimana masuk kelas tidak menjamin belajar,". Para pekerja di perusahaan 24Slides Malang mempunyai status Pendidikan sebagai berikut:

Tabel 3 Status Pendidikan di Perusahaan 24Slides Malang

Status Pendidikan	Presentase
SMA/SMK	39,7 %
D1/D3/D4	4,3 %
S1	54%
S2	1%

Sumber: Penelitian Lapang. 2020

Data diatas merupakan data status Pendidikan karyawan yang terdapat di kota Malang Indonesia saja. Dari hasil data diatas dapat dilihat bahwa status Pendidikan tertinggi di perusahaan 24Slides adalah S1 sebanyak 54%, kedua yaitu status Pendidikan SMA/SMK sebanyak 39,7%. Dapat diartikan bahwa industri kreatif dalam hal ini perusahaan 24Slides Malang tidak melihat status Pendidikan sebagai kriteria utama dalam seleksi rekrutmen tenaga kerja. Namun, tentunya tidak sembarang orang dapat memasuki dunia kerja tanpa memiliki kemampuan dan ketrampilan.

Bidang Usaha Perusahaan 24Slides

Perusahaan 24Slides merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembuatan template powerpoint dan jasa desain slides powerpoint. Bidang ini mungkin tidak populer di Indonesia, namun permintaan dari luar negeri sangat banyak karena pengetahuan mereka mengenai kekuatan dari tampilan presentasi. Dalam satu hari perusahaan ini mampu memproduksi lebih dari 500 slides. Selain powerpoint, perusahaan ini juga mampu mendesain dengan software serupa seperti prezi, keynote, googleslides dan lain sebagainya menurut permintaan dari pelanggan. Selain itu, perusahaan 24Slides juga sering memberikan pelatihan dan Pendidikan kepada instansi Pendidikan mengenai pentingnya tampilan sebuah slides untuk presentasi dan juga sering menerima kunjungan dari berbagai macam instansi dan perusahaan untuk bertukar pengetahuan dan Kerjasama.

Mekanisme Rekrutmen Tenaga Kerja yang Digunakan di Perusahaan 24Slides

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada beberapa karyawan di perusahaan 24Slides. Selain menggunakan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*), penelitian ini juga menggunakan observasi langsung dan juga penelaahan terhadap dokumen untuk mendukung data yang telah didapatkan melalui wawancara. Dalam wawancara ini, penelitian difokuskan untuk mengetahui proses rekrutmen tenaga kerja di industri kreatif dan kriteria tenaga kerja yang dibutuhkan di perusahaan industri kreatif. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara di perusahaan 24Slides Malang yang bergerak dalam bidang industri kreatif. Pemilihan informan dilakukan kepada pihak-pihak yang dianggap menguasai materi dan pihak yang berperan langsung dalam proses rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides. Selain informan kunci, terdapat juga informan pendukung yaitu sebagai pihak yang pernah melakukan proses rekrutmen. Dengan adanya informan pendukung ini diharapkan membantu agar data menjadi valid dan terukur kebenarannya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan antaralain:

Tabel 4.1: Daftar informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Muhammad Isa Habibi	<i>Head of Employee Succes</i>	Informan Kunci
2.	Bryan Hendra	<i>Training Manager</i>	Informan Kunci
3.	Ainun Rachmawati	<i>Employee Happiness Officer</i>	Informan Kunci
4.	Angger Setiyaki	<i>Head of Design</i>	Informan Kunci
5.	Kharizal Ghulam	<i>Head of Support</i>	Informan Kunci
6.	Mira Marika	<i>Head of Research and Development</i>	Informan Pendukung

7.	Sheila Aprillia	<i>Vice Design Manager</i>	Informan Pendukung
8.	Selly Aulia	<i>Designer</i>	Informan Pendukung
9.	Najma Rachma	<i>Custom Task Manager</i>	Informan Pendukung

Sumber: Penelitian lapang. 2020

Menurut Hasibuan, (2010) rekrutmen tenaga kerja dibagi menjadi metode terbuka dan metode tertutup. Dari penjelasannya rekrutmen terbuka adalah pelaksanaan rekrutmen yang diumumkan melalui iklan di media massa. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan banyak lamaran, sehingga kesempatan memperoleh karyawan yang baik dan andal menjadi lebih besar. Sedangkan Metode tertutup, yaitu pelaksanaan rekrutmen dikalangan terbatas, hanya untuk karyawan dan orang-orang tertentu saja, sehingga lamaran yang masuk tidak banyak dengan demikian akan sulit memperoleh karyawan yang baik. Mekanisme rekrutmen di perusahaan 24Slides ini juga dibagi menjadi dua, namun perbedaannya adalah di perusahaan 24slides menggunakan mekanisme rekrutmen terbuka dan proses mekanisme rekrutmen dari program magang (internship development program).

Proses Rekrutmen Menggunakan Mekanisme Terbuka di Perusahaan 24Slides Malang

Mekanisme penyerapan tenaga kerja di perusahaan 24Slides yang pertama adalah mekanisme rekrutmen terbuka. Mekanisme ini memiliki tiga tahap yaitu Proses administrasi, tes kemampuan dan yang terakhir adalah interview.

A. Proses Administrasi dan Penyaringan calon aplikasi

Proses awal dari rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides adalah proses administrasi, dalam hal ini perusahaan menggunakan media online berupa website dalam proses pendaftaran administrasi. Sebelum itu, Perusahaan 24slides melakukan penyebaran informasi melalui berbagai macam media online antara lain Instagram, linked in, dan website. Langkah pertama yang harus dilakukan oleh calon aplikasi adalah mengisi formulir pendaftaran yang ada pada website resmi 24Slides meliputi data diri, tes online, tes kepribadian online, curriculum vitae, video perkenalan Bahasa Inggris, Portofolio dan lain sebagainya. Tahap selanjutnya, perusahaan akan melakukan *screening* atau penyaringan untuk dipilih beberapa kandidat yang akan mengikuti tahap selanjutnya. Dalam proses ini, yang berperan dalam proses *screening* adalah *Head of Employee Success, Training Manager dan Employee Happiness*. Selanjutnya bagi para aplikasi yang lolos akan diberi kabar melalui email masing-masing dan mendapatkan undangan untuk datang ke perusahaan 24Slides di tanggal dan waktu yang sudah ditentukan untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu proses tes kemampuan.

B. Tes Kemampuan

Tahap selanjutnya dalam proses rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides adalah tes kemampuan. Dalam hal ini yang berperan dalam melakukan tes adalah Training Manager. Pelaksanaan ini dilakukan di perusahaan 24Slides. Dalam tes ini terdapat tiga buah tes, yang pertama adalah tes Bahasa Inggris. Disini aplikasi diberikan soal semacam tes toefl untuk dilihat kemampuan aplikasi dalam menguasai Bahasa Inggris, mengingat perusahaan 24Slides adalah perusahaan multinasional dan memiliki *client* atau pelanggan dari berbagai belahan dunia. Sehingga skill Bahasa Inggris atau Bahasa asing lainnya memiliki nilai tambahan tersendiri agar mempermudah perusahaan dalam melaksanakan produksi. Tes selanjutnya adalah tes kemampuan desain individu. Dalam hal ini perusahaan ingin melihat kemampuan individu para aplikasi dalam hal desain. Aplikasi akan diberikan materi yang harus di *re-design* ulang dengan diberikan pengarahan khusus. Disini perusahaan juga melihat seberapa baik para aplikasi dapat memahami briefing dari materi tersebut sehingga hasilnya sesuai dengan ekspektasi. Setelah tes individu selesai, selanjutnya aplikasi akan dibagi menjadi beberapa kelompok. Dalam tes ini, aplikasi akan diberikan materi untuk melakukan *re-design* sesuai dengan arahan yang sudah diberikan, namun dalam pengerjaannya aplikasi diharapkan bekerja sama dengan rekan satu kelompoknya. Pada pelaksanaan tes berkelompok ini, aplikasi akan diberikan waktu untuk berdiskusi dan memahami briefing serta membagi peran dalam proses pengerjaan. Setelah waktu diskusi selesai aplikasi diperbolehkan melaksanakan tugas yang telah diberikan oleh panitia. Setelah proses pengerjaan selesai, para aplikasi akan diberikan kesempatan untuk mempresentasikan hasil dari proyek atau tugas yang sudah diberikan oleh panitia. Dalam proses ini, dilakukan di tribun kantor 24Slides dan seluruh karyawan perusahaan 24Slides akan dipersilahkan untuk menyaksikan presentasi para aplikasi dan diberikan kesempatan untuk bertanya langsung kepada para aplikasi. Dalam presentasi ini, tiap kelompok akan diberikan kesempatan untuk mempresentasikan hasil pekerjaannya secara bergantian.

C. Interview/wawancara

Dalam proses rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides, interview merupakan tahap akhir ditentukannya aplikasi untuk lolos atau tidak menjadi bagian dari karyawan di perusahaan 24Slides. Dalam proses rekrutmen ini aplikasi diberi kesempatan untuk memperkenalkan diri dan aplikasi juga diberi berbagai pertanyaan dari para interviewer. Proses interview ini dilakukan oleh 5 orang yaitu *Head of Employee Success, Training Manager,*

Employee Happiness, dan *user*. User disini adalah perwakilan masing-masing departemen di perusahaan 24Slides, untuk hal ini kepala departemen yang bertanggung jawab dalam melakukan interview untuk mencari dan menentukan cocok atau tidaknya para aplikasi yang akan masuk kedalam departemen tersebut. Setelah proses interview dilakukan, pihak yang bertanggung jawab dalam proses rekrutmen ini akan melakukan *screening* dan menimbang aplikasi mana yang paling sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan yang cocok dengan *culture fit* perusahaan. Setelah menentukan aplikasi yang lolos dan dinyatakan layak menjadi karyawan di perusahaan 24Slides, aplikasi akan mendapatkan pemberitahuan melalui email.

Proses Rekrutmen Menggunakan Mekanisme IDP (Internship Development Program/Magang) di Perusahaan 24Slides Malang

Dalam pelaksanaan kegiatan rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides mempunyai mekanisme yang kedua yaitu melalui program IDP (*Internship Development Program*) atau yang biasa dikenal sebagai program magang. Mekanisme ini mempunyai tiga tahap, diawali dengan melakukan pendaftaran administrasi, kedua program magang itu sendiri dan yang terakhir adalah *assessment* atau penilaian. Program IDP ini memiliki jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan rekrutmen terbuka. Disini peran karyawan juga penting untuk membantu memberi ilmu dan pengalaman para peserta magang serta mereka diberi kesempatan langsung untuk mengerjakan pekerjaan dari pelanggan. Dalam kesempatan ini karyawan dapat memberikan penilaian apakah peserta magang ini sesuai dengan dengan *culture fit* perusahaan dan melihat langsung kualitas dari para peserta magang yang nantinya akan diangkat menjadi pegawai tetap.

A. Proses Administrasi dan Penyaringan Calon Peserta Internship Development Program

Mekanisme rekrutmen melalui IDP (*Internship Development Program*) ini biasanya peminatnya adalah mahasiswa yang sedang melakukan tugas dari kampus yaitu magang dan siswa SMK yang juga sedang melakukan tugas magang dari sekolahnya. Proses ini diawali dengan pendaftaran dan mengirim persyaratan yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Menurut penjelasan dari saudara selly aulia yaitu karyawan yang menjabat sebagai desainer di perusahaan 24Slides yang diangkat menjadi karyawan tetap melalui mekanisme rekrutmen IDP (*Internship Development Program*) yang sekarang masih mengemban bangku kuliah di Universitas Negeri Malang jurusan Desain Komunikasi Visual. Persyaratan awal untuk mengikuti program ini adalah memiliki proposal magang yang disetujui instansi terkait, memiliki *curriculum vitae* dan *Portfolio Design* yang menarik. sebagai desainer, untuk peserta magang yang mengikuti program magang di posisi support yaitu sama hal nya dengan posisi desain, harus memiliki proposal magang yang disetujui oleh instansi terkait, namun memiliki perbedaan di persyaratan lainnya yaitu, peserta yang mendaftar di posisi support harus mengirimkan rekaman perkenalan diri menggunakan Bahasa Inggris, berikutnya diberikan tes *tech-savvy* apakah peserta magang ini mampu menggunakan software yang digunakan dalam proses pekerjaan di perusahaan ini. Setelah persyaratan dikirim oleh peserta magang, perusahaan akan menyeleksi peserta yang dapat mengikuti program magang di perusahaan 24Slides, serta menentukan kuota yang sesuai agar proses magang berjalan dengan efektif. Setelah proses administrasi selesai, selanjutnya akan memasuki proses yang kedua yaitu program magang itu sendiri.

B. Pelaksanaan Program IDP (Internship Development Program)

Bagi peserta magang yang sudah lolos dari tahap administrasi, maka mereka berkesempatan untuk mengikuti program magang ini. Di hari pertama peserta magang akan dikumpulkan untuk diberikan materi, peraturan perusahaan serta diperkenalkan kepada seluruh karyawan perusahaan 24Slides. Peserta magang juga memiliki benefit dan hak yang sama seperti karyawan yang lainnya, seperti mendapatkan makan siang, menggunakan fasilitas yang dimiliki perusahaan serta mengikuti program-program pengembangan yang disediakan oleh perusahaan. Peserta magang akan diberikan 2 pilihan magang, yang pertama adalah program magang seperti biasa dan yang kedua adalah program IDP (*Internship Development Program*). Di program IDP (*Internship Development Program*) ini peserta magang berkesempatan untuk diangkat menjadi karyawan tetap di perusahaan 24Slides. Program IDP (*Internship Development Program*) ini dilaksanakan selama minimal satu bulan dan maksimal selama tiga bulan tergantung perkembangan dari peserta magang itu sendiri. Jika mereka mampu dan cepat dalam memahami materi magang serta mampu memenuhi ekspektasi maka dalam waktu satu bulan saja mereka akan bisa diangkat menjadi karyawan di perusahaan 24Slides.

Dalam program magang ini, peserta diberi materi mengenai skill, workflow pekerjaan di perusahaan. Peserta magang juga diberi kesempatan untuk melakukan *team visit*, disini yang dimaksud adalah peserta akan dibagi untuk bergabung dengan tim yang ada di perusahaan untuk menambah pengalaman serta meningkatkan kemampuan dalam bekerja dalam tim. Peserta magang juga diberikan kesempatan untuk mengerjakan pekerjaan langsung dari pelanggan.

C. Assessment/Penilaian

Setiap satu bulan peserta magang akan melalui proses *assessment* atau penilaian. Penilaian ini dimaksud untuk melihat seberapa besar perkembangan peserta magang selama mengikuti program IDP (*Internship Development Program*), dan sejauh mana mereka dapat menyerap ilmu yang telah diberikan oleh manajemen training serta

karyawan perusahaan. Bagi peserta magang yang mencapai ekspektasi dan sesuai dengan culture fit perusahaan, maka dibulan pertama mereka akan lolos dan diangkat menjadi karyawan tetap perusahaan 24Slides. Namun, jika peserta magang belum mencapai ekspektasi yang telah ditentukan oleh perusahaan, maka peserta magang harus melanjutkan proses IDP (*Internship Development Program*) untuk meningkatkan kemampuan mereka. Peserta yang belum sesuai ekspektasi dibulan pertama masih akan diberikan kesempatan selama dua bulan maksimal.

Standar Kriteria Tenaga Kerja yang Ideal menurut Perusahaan 24Slides

Setiap perusahaan mempunyai standar kriteria ideal yang berbeda dalam menentukan tenaga kerja yang dibutuhkan, kebutuhan tiap perusahaan pun berbeda-beda tergantung visi dan misi yang perusahaan itu miliki. Dalam penulisan ini penulis mencari tau kriteria yang sesuai dengan perusahaan yang bergerak di industri kreatif khususnya perusahaan 24Slides di Kota Malang yang bergerak dalam bidang desain power point. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, terdapat lima kriteria yang ditekankan oleh para narasumber yaitu karakter, keahlian individu, techsavvy, kreatifitas dan kemampuan Bahasa asing.

A. Karakter

Dalam hal ini, karakter menjadi nilai yang paling tinggi dalam kriteria yang dicari oleh perusahaan 24Slides. Karena 24Slides merupakan perusahaan yang mempunyai culture atau lingkungan yang kasual dan santai, sehingga karakter manusianya harus sesuai dengan *culture fit* yang sudah dibentuk oleh perusahaan. Karakter manusia disini yang diharapkan sesuai dengan *culture fit* di perusahaan, karyawan harus memiliki sopan santun yang baik dan menghormati satu sama lain. Karena perusahaan ini antar jabatan sangat terbuka dan hampir tidak ada Batasan. Sehingga sikap saling menghormati dan menghargai orang lain sangat diperlukan. Karakter kedua yang harus dimiliki oleh karyawan di perusahaan 24Slides adalah *open minded* dan memiliki kemauan untuk terus belajar. Perusahaan 24Slides merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif yang akan selalu berubah dan update setiap waktu. Sebagai perusahaan yang bekerja diindustri kreatif, kolaborasi adalah hal yang pasti dilakukan oleh para karyawannya. Sehingga sikap *open minded* sangat diperlukan agar mampu menyerap ilmu baru dan bersedia mendapatkan masukan dari rekan kerja ataupun customer. Kemauan untuk terus belajar juga sangat diperlukan, karena industri kreatif sangat dinamis dan akan selalu update dengan cepat. Agar mampu bersaing di industri kreatif, pekerjaannya harus memiliki etos kerja yang baik. Selain hal dijelaskan diatas terdapat juga beberapa karakter yang diharapkan dimiliki oleh karyawan 24Slides yang terdapat dalam visi dan misi dan nilai yang dipegang oleh perusahaan seperti Respect, kerja sama, komunikasi yang transparan, *Open Mind*, Disiplin, Sikap kekeluargaan, Perilaku positif, dan suka cita. Seperti yang ada di ilustrasi pohon yang dimiliki perusahaan 24Slides sebagai nilai yang dipegang oleh perusahaan 24Slides.

B. Keahlian Individu

Keahlian atau skill individu wajib dimiliki, keahlian individu ini berbeda-beda tergantung posisi apa yang akan dilamar. Sebagai desainer, keahlian yang dimiliki yaitu harus memiliki keterampilan di bidang seni grafis. Karena perusahaan ini berada dibidang desain powerpoint, maka harus mempunyai kemampuan dasar powerpoint dan kemampuan layouting yang baik. Sedangkan untuk divisi support, kemampuan berkomunikasi sangat penting, karena divisi support merupakan orang pertama yang akan berkomunikasi langsung dengan konsumen. Sehingga komunikasi yang baik dan jelas sangat dibutuhkan. Selain itu, divisi support harus menguasai kemampuan berbahasa asing terutama Bahasa Inggris.

C. Techsavvy/Kemampuan Menguasai Teknologi Terbaru

Techsavvy adalah kemampuan dalam menguasai keterampilan teknologi. Sebagai perusahaan yang bekerja dibidang industri kreatif yang terus berkembang dengan perkembangan zaman, kemampuan dalam menguasai teknologi terbaru harus dimiliki oleh karyawan. Karena teknologi akan selalu berkembang. Oleh sebab itu, dengan mempunyai keterampilan menguasai teknologi sangat baik agar perusahaan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman.

D. Kreativitas

Perusahaan 24Slides adalah perusahaan yang sedang berkembang, dan mempunyai peluang yang sangat besar dikemudian hari dengan berkembangnya industri kreatif di Indonesia bahkan di Dunia. Terlebih perusahaan 24Slides merupakan perusahaan yang bergerak di bidang desain grafis. Tentunya kreativitas adalah hal yang wajib dimiliki oleh tenaga kerja yang ada di perusahaan. Dengan adanya kreativitas di perusahaan, maka akan menciptakan terobosan-terobosan baru yang mampu membawa perusahaan lebih baik kedepannya. Kemampuan berkolaborasi dan menyumbangkan ide di era sekarang sangat dibutuhkan agar mampu menghasilkan sesuatu yang baru.

E. Kemampuan Bahasa Asing

Sebagai perusahaan multinasional yang memiliki cabang diluar negeri dan memiliki client diluar negeri, untuk mempermudah proses bekerja maka kemampuan Bahasa asing harus dimiliki oleh tenaga kerja di perusahaan

24Slides. Terutama kemampuan Bahasa Inggris, karena Bahasa Inggris merupakan Bahasa umum yang digunakan di dunia. Kemampuan ini wajib dimiliki tenaga kerja pada divisi support, karena divisi support adalah orang pertama yang akan berkomunikasi dengan konsumen langsung. Sehingga dengan menguasai kemampuan Bahasa asing akan mempermudah dalam memahami briefing dan permintaan dari konsumen yang nantinya akan dilanjutkan kepada desainer. Namun, bagi tenaga yang berada di divisi desainer, kemampuan Bahasa Inggris tidak wajib, namun memiliki nilai lebih ketika proses rekrutmen. Karena kemampuan tersebut juga akan membantu mempermudah proses pekerjaan di perusahaan. Untuk membantu pengembangan tenaga kerja di perusahaan 24Slides dalam menguasai Bahasa asing, perusahaan 24Slides menyediakan pelatihan Bahasa Inggris selama satu minggu penuh secara bergantian. Hal itu difasilitasi oleh perusahaan 24Slides sebagai bentuk pengembangan diri para tenaga kerjanya agar mampu bekerja dengan lebih baik dikemudian hari.

Kriteria di atas merupakan kriteria yang paling sesuai dalam proses rekrutmen tenaga kerja di perusahaan 24Slides. Dengan kriteria yang sudah disampaikan oleh narasumber tersebut diharapkan sesuai dengan nilai yang dimiliki oleh perusahaan, dan sesuai dengan *culture fit* serta ekspektasi yang dimiliki oleh perusahaan untuk menentukan tenaga kerja baru.

Setelah aplikasi dinyatakan lolos, karyawan baru tersebut akan diberikan program pelatihan kurang lebih selama 1 – 3 bulan sebelum diangkat menjadi pegawai tetap di perusahaan 24Slides. Dalam proses training tersebut karyawan baru akan diberikan materi yang akan berguna bagi mereka untuk bekerja kedepannya. Waktu tercepat dalam mengikuti program ini adalah 1 bulan agar dapat diangkat menjadi karyawan tetap, dan waktu terlama adalah 3 bulan. Perbedaan waktu tersebut dilihat dari seberapa besar perkembangan karyawan baru itu dapat menguasai materi training dan mencapai ekspektasi standard dari perusahaan. Jika karyawan baru tidak mampu mencapai ekspektasi dalam waktu lebih dari 3 bulan. Maka mereka tidak akan diperpanjang masa bekerjanya. Program pelatihan/*training* ini sangat penting dilakukan di perusahaan agar karyawan baru memiliki standar yang sama dengan karyawan lama. Sehingga proses bekerja di perusahaan akan berjalan dengan baik.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses rekrutmen tenaga kerja di industri kreatif dalam hal ini yaitu perusahaan 24Slides dibagi menjadi dua yaitu mekanisme rekrutmen terbuka dan mekanisme rekrutmen IDP (Internship Development Program).
2. Dalam mekanisme rekrutmen tenaga kerja terbuka di perusahaan 24Slides memiliki tiga tahap yaitu administrasi, tes kemampuan dan interview. Keunikan dalam rekrutmen ini adalah latar belakang pendidikan tidak terlalu penting sebagai persyaratan administrasi. Administrasi juga penuh menggunakan media online berupa website. Tahapan rekrutmen pun cukup singkat hanya memakan waktu selama satu bulan saja.
3. Sedangkan untuk mekanisme rekrutmen tenaga kerja melalui program IDP (Internship development Program), juga terdapat tiga tahap yaitu administrasi, program magang/IDP itu sendiri dan yang terakhir adalah assessment atau penilaian. Pada mekanisme ini, peserta magang akan diberikan dua pilihan untuk mengikuti magang biasa. Untuk mendapatkan kesempatan menjadi tenaga kerja di perusahaan 24Slides maka peserta harus mengikuti program IDP (Internship Development Program). Dalam program itu peserta diberikan kesempatan untuk mengerjakan proyek langsung dari kostumer dan diberikan kesempatan untuk bergabung kedalam tim yang ada di perusahaan. Proses ini dinilai lebih baik karena perusahaan mempunyai waktu lebih banyak dalam melakukan observasi dan mengenali peserta yang akan diangkat menjadi tenaga kerja di perusahaan, walaupun dalam proses ini memakan waktu yang sedikit lebih lama.
4. Setelah tahapan rekrutmen selesai, maka tenaga kerja baru yang lolos melalui mekanisme terbuka atau mekanisme IDP (Internship Development Program) wajib mengikuti program pelatihan dengan jangka waktu satu sampai 3 bulan sebelum diangkat menjadi karyawan tetap di perusahaan 24Slides.
5. Setiap perusahaan mempunyai kriteria yang berbeda dalam menentukan tenaga kerja yang dibutuhkan, kebutuhan tiap perusahaan pun berbeda-beda tergantung visi dan misi yang perusahaan itu miliki. Dalam hal ini, perusahaan 24Slides yang bergerak dibidang industri kreatif memiliki lima kriteria yaitu Karakter Individu, Kemampuan Individu, Tech-Savvy (mempunyai keterampilan dibidang teknologi), Kreativitas dan yang terakhir adalah kemampuan berbahasa asing. Menurut perusahaan 24Slides kriteria tersebut adalah yang paling sesuai dan harus dimiliki oleh tenaga kerja pada industri kreatif. Diharapkan juga ke-lima kriteria tersebut sesuai dengan nilai yang dimiliki oleh perusahaan 24Slides.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah disampaikan pada bab sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut. Menurut peneliti kualifikasi dan kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan 24Slides ini sudah sangat tepat dan baik, namun peneliti memberikan saran untuk menambahkan kualifikasi dari tes Kesehatan fisik dan umur sebagai nilai tambah. Berdasarkan pengalaman yang terdapat diperusahaan, terdapat pengalaman salah satu karyawannya yang mengalami gangguan Kesehatan sehingga perlu mendapatkan waktu istirahat lebih dari 6 bulan, sedangkan karyawan tersebut menempati posisi sebagai ketua team desain, sehingga dilakukan rotasi didalam tim tersebut,. Oleh karena itu tes Kesehatan diperlukan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan sehingga perusahaan tetap berjalan dengan baik. Berikutnya, karena industri kreatif ini adalah industri yang baru naik akhir-akhir ini dan perkembangannya cukup cepat. Sehingga diharapkan mempunyai kriteria tenaga kerja yang cenderung mempunyai umur yang muda agar cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar, Teguh Sulistyani, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Graha Ilmu*, Yogyakarta.
- Babbie, Earl 2014. *The Basic of Social Research. S.L Wadworth*.
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2007. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Bekraf 2016. *Data statistik dan hasil survey Ekonomi Kreatif*
- Bellante, D. and Jackson, M. 1990. *Ekonomi Ketenagakerjaan*, Jakarta : LPFE UI.
- Beritasatu, Mendikbud: *Gelar Tak Menjamin Kompetensi*, 2019
<https://www.beritasatu.com/nasional/588965/mendikbud-gelar-tak-menjamin-kompetensi>
- Creswell, Jhon. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* “. Semarang : UNDIP.
- Hasibuan 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Howkins, John, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, (Penguin)
- Jogiyanto, H.M. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh*. BPFE. Yogyakarta.
- Kuncoro, H. 2002. *Upah Sistem Bagi Hasil dan Penyerapan Tenaga Kerja. Jurnal Ekonomi Pembangunan (JEP) Vol. 7, No. 1*.
- Kusrianto, 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Moleong, L. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Rivai, Veithzal. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Schaltzman, L., and Strauss, A.L. 1973. *Field Research : Strategies for a Natural Sociology, Englewood Cliffs: N.J. Prentice Hall*.
- Simamora, Henry.1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta:STIE YKPN.
- Simamora, Henry.2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta:STIE YKPN.
- Simanjuntak, Payaman. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: : LPFE-UI.
- Simanjuntak, J. Payaman. 1998. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Simanjuntak, Payaman. 2001. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia Edisi 2001*. Jakarta: FEUI.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Sumarsono, Sony. 2003. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suroto. 1990. *Strategi Pembangunan Kesempatan Kerja*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Suroto. 1992. *Strategi pembangunan dan perencanaan kesempatan kerja*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Undang Undang Pokok Ketenagakerjaan No. 14 Tahun 1969
- Wiersma 1986. *Research methods in education: an introduction. Massachussets: Allyun and Bacon*,