

## **GAYA KOMUNIKASI JOKOWI DALAM PROGRAM KARTU INDONESIA PINTAR**

Patricia Jhoshella

*Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jakarta Utara, [Patricia.Jhoshella@gmail.com](mailto:Patricia.Jhoshella@gmail.com)*

### **ABSTRAK:**

Seorang pemimpin Negara tentunya memiliki otoritas dan modalitas sepenuhnya. Namun, Jokowi selama masa kepemimpinannya memiliki ciri khas gaya komunikasi yang unik dan berbeda terutama caranya dalam pembagian Kartu Indonesia Pintar yang merupakan kartu yang beliau ciptakan dari hasil blusukannya untuk mengatasi persoalan pendidikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi sesungguhnya dari pemimpin Negara kita yaitu Jokowi, yang dilihat dari perspektif retorika dan di analisa dari tiga bukti retorik yang ada yakni ethos, pathos dan logos. Tidak berhenti disitu, kemudian akan dianalisa dengan enam gaya komunikasi yang tersedia.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif yang dilihat dari video Jokowi membagikan Kartu Indonesia Pintar di SMKN 3 Kupang. Penelitian ini menggunakan tradisi serta teori retorika dan komunikasi publik. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga bukti retorik ada di dalam Jokowi dan gaya komunikasi dua arah sangatlah melekat pada diri Jokowi.

**Kata Kunci:** Jokowi, Retorika, Gaya Komunikasi, Kartu Indonesia Pintar

### **ABSTRACT:**

*A leader of the State must have full authority and modality. However, Jokowi during his leadership has a unique and different characteristic of communication, especially the way in distribution of Indonesian smart card which is called Kartu Indonesia Pintar that he created to overcome the problem of education.*

*The purpose of this research is to know the real communication style of our Country leader Jokowi, from the perspective of rhetoric and analyzed from three existing rhetorical evidence namely ethos, pathos and logos. It does not stop there, then it will be analyzed with six communication styles.*

*This research was conducted by using qualitative descriptive method seen from a video of Jokowi distributing Kartu Indonesia Pintar at SMKN 3 Kupang. This study uses tradition and theory of rhetoric and public communication. The findings of this study show that the three rhetorical evidence is in Jokowi and two-way communication style is very attached to Jokowi's self.*

**Keywords:** Jokowi, Rhetoric, Communication Style, Kartu Indonesia Pintar

**National Conference of Creative Industry:  
*Sustainable Tourism Industry for Economic Development***

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

**PENDAHULUAN**

Masyarakat Indonesia terdiri dari berbagai suku, ras dan agama yang berbeda sehingga pemikiran, budaya dan cara pandang masyarakat berbeda satu dengan yang lain. Oleh karena itu pemimpin sebagai pemegang hak legislatif perlu untuk merealisasikan kesejahteraan melalui komunikasi yang baik dan tindakan yang tepat agar dapat membangun bangsa yang lebih baik serta meningkatkan kesejahteraan bangsa.

Presiden Jokowi selama masa kepemimpinannya telah melakukan komunikasi dengan gaya yang berbeda dari pemimpin-pemimpin lainnya. Yang dimaksud adalah bagaimana Jokowi menerapkan suatu gaya komunikasi dengan sistem dua arah yang dapat menerima dan mendengar masukan dari masyarakat secara langsung dengan aksi blusukan.

Dari aksi tersebut Jokowi melihat terdapat kesenjangan masyarakat Indonesia yang belum mendapatkan kesempatan secara merata dalam pendidikan. Dalam hal ini Jokowi membuat suatu program untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan mengeluarkan Kartu Indonesia Pintar (KIP) pada tanggal 3 November 2014.

KIP adalah program strategis untuk memberikan akses keluarga miskin dan rentan miskin yang ingin menyekolahkan anaknya yang berusia 7-18 tahun secara gratis. Mereka yang mendapat KIP ini akan diberikan dana tunai dari pemerintah secara regular yang tersimpan dalam fungsi kartu KIP untuk bersekolah secara gratis tanpa biaya. Program ini merupakan suatu program dari Presiden Jokowi sebagai hasil dari atensi yang dimilikinya kepada masyarakat Indonesia dan juga bentuk persiapan masa depan terhadap persaingan antar negarayang akan semakin sulit.

Peneliti melihat bahwa gaya komunikasi Jokowi sangatlah berbeda dan menarik terutama dalam pembagian Kartu Indonesia Pintar (KIP). Komunikasi Jokowi yang berdialog serta dapat berbaur terbukti dapat diterima oleh masyarakat dan memberikan solusi kepada isu pendidikan. Maka dari itu peneliti akan meneliti Gaya Komunikasi Jokowi dalam program Kartu Indonesia Pintar yang akan di lihat dari perspektif retorika dan di analisa dari tiga bukti retorik dan dari enam gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss.

**TINJAUAN PUSTAKA**

NO	PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	REKOMENDASI & SARAN
1	<p><b>Judul :</b> <i>Rethoric and Persuasion in Management</i></p> <p><b>Oleh :</b> Brian Legget &amp; Josep M. Rosanas</p> <p><b>Tahun :</b> 2008</p> <p><b>Penelitian:</b> Jurnal International</p>	<p>-Peneliti melihat bahwa retorika adalah sebuah seni dalam komunikasi persuasif.</p> <p>-Peneliti memandang retorika dari sisi manajemen organisasi</p>	<p>-Komunikasi persuasif sangat penting karena dengan mendukung pernyataan dan argumen yang serta menciptakan emosional dan menumbuhkan kredibilitas dapat meningkatkan kesuksesan komunikasi secara persuasif.</p>
2	<p><b>Judul :</b> Retorika Barack Hussein Obama Dan Susilo Bambang Yudhoyono Dalam Menanggapi Isu Isis Di Dunia</p> <p><b>Oleh :</b> Livia dan Suenarto</p> <p><b>Tahun :</b> 2015</p> <p><b>Penelitian:</b> Jurnal Nasional</p>	<p>-Peneliti menemukan perbedaan cara retorika antara Presiden Barrack Obama dan SBY dalam menanggapi isu isis di dunia</p> <p>-Penulis tidak dapat melakukan wawancara baik langsung ataupun tertulis</p>	<p>-Peneliti memberikan saran kepada kedua orator dan menyebutkan kekurangan dari hasil yang ia amati</p> <p>-Peneliti memberikan saran kepada orator lainnya untuk memperhatikan kata-kata yang hendak di ucapkan beserta bahasa non-verbal</p>
3	<p><b>Judul :</b> Analisis Retorika Dalam Kampanye Pemilukada DKI Jakarta 2012</p> <p><b>Oleh :</b> Nicki Hardyanti</p> <p><b>Tahun :</b> 2012</p> <p><b>Penelitian:</b> Jurnal Nasional</p>	<p>-Peneliti melihat dalam debat kampanye pemilukada DKI Jakarta 2012 , Jokowi dan Ahok mereka memahami dan menerapkan elemen-elemen penting dalam membangun keberhasilan retorika.</p> <p>-Peneliti menyimpulkan bahwa Jokowi dan Ahok berhasil menerapkan aplikasi dari teori ilmu retorika.</p>	<p>- Peneliti menyarankan kepada para orator, dalam hal pidato kampanye, atau pidato lain sebaiknya seorang pembicara terlebih dahulu mencari pengetahuan dari berbagai sumber bacaan ataupun sumber lainnya mengenai elemen didalam membangun keberhasilan <i>public speaking</i> (retorika).</p>
4	<p><b>Judul:</b> Identifikasi Retorika Aristoteles dalam Pidato Basuki</p>	<p>-Peneliti menganalisa dari sisi inartistic proofs dan</p>	<p>-Peneliti berharap dapat memberikan masukan bagi <i>public figure</i> yang</p>

<p>Tjahaja Purnama.</p> <p><b>Oleh :</b> Evi Lie</p> <p><b>Tahun :</b> 2014</p> <p><b>Penelitian:</b> Skripsi</p>	<p>artistic proofs.</p> <p>-Peneliti menyimpulkan bahwa pidato Ahok menggunakan jenis pidato epideitik.</p> <p>-Peneliti menyimpulkan bahwa lima hukum retorika terdapat dalam pidato Ahok.</p>	<p>bergerak di bidang pemerintahan, <i>entertainment</i>, khususnya bagi pejabat politik untuk lebih memahami lebih jauh lagi mengenai cara berpidato.</p>
---	---	--

**Tabel 2.1**  
**Penelitian terdahulu**

### **KEBARUAN PENELITIAN**

Dalam empat penelitian terdahulu yang telah di pelajari maka terdapat beberapa aspek yang berbeda dengan penelitian ini dimana dalam penelitian ini terfokus untuk melihat gaya komunikasi Jokowi, sosok figur yang mempunyai otoritas dan modalitas sepenuhnya sebagai presiden namun gaya berbicaranya sangatlah berbeda dan tidak memanfaatkan otoritas yang ia miliki.

Tidak berhenti disitu, peneliti menganalisa gaya komunikasi Jokowi lebih dalam lagi yang akan dilihat dari segi *ethos*, *pathos* dan *logos* dan melanjutkan analisa dari gaya komunikasi menurut Steward L.Tubbs dan Sylvia Moss (1996) sehingga penelitian ini sangat terfokus kepada gaya komunikasi Jokowi yang di asa lebih dalam dari kedua aspek tersebut.

### **Tradisi Retorika**

Retorika merupakan sebuah seni penyusunan argumen dan pembuatan naskah pidato kemudian telah berkembang lebih mencakup segala cara manusia dalam menggunakan simbol untuk mempengaruhi lingkungan di sekitarnya (Littlejohn, 2009:73).

Terdapat perkembangan retorika dari jaman ke jaman dimana mempunyai makna yang berbeda dalam setiap perubahan dan dapat memperlihatkan beragam kemungkinan dari tradisi retorika dimana salah satunya adalah Perkembangan Retorika Kontemporer. Dalam periode Kontemporer ini dapat di pahami bahwa ini merupakan sebuah cara untuk mengetahui dunia, bukan hanya sebuah cara untuk menyampaikan sesuatu tentang dunia. Material di sekitar menjadi kurang penting dibandingkan dengan kata-kata yang digunakan untuk menyebutkan kenyataan dan bahwa mengubah tanda atau simbol secara harafiah dapat menghasilkan sebuah dunia lain dengan menciptakan sebuah sudut pandang yang berbeda. (Littlejohn, 2009:76)

### **Teori Retorika**

Retorika atau dalam bahasa Inggris *rhetoric* bersumber dari perkataan latin *rhetorica* yang berarti ilmu bicara. Retorika menurut Aristoteles adalah alat-alat

persuasi yang tersedia. Baginya, menggunakan semua alat persuasi bukanlah merupakan suap atau penyiksaan, suatu cara yang umum digunakan pada masa Yunani kuno (West dan Turner, 2008:6).

Aristoteles menyebutkan bahwa terdapat tiga cara untuk mempengaruhi manusia atau tiga bukti retorik:

a. *Ethos*

*Ethos* merujuk pada karakter, intelegensi dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara secara singkat *Ethis* terkait dengan etika atau kredibilitas. Pembicara harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas dan kepribadian yang terpercaya dan status yang terhormat. Menurut Socrates, berarti membangun kredibilitas pengajar--kredensi atau hal-hal yang membuatnya bisa dipercaya. Dalam *Rethoric*, Aristoteles menyebutkan tentang tiga sumber kredibilitas yang baik yaitu: memahami kecerdasan, berbudi pekerti dan kehendak baik.

b. *Logos*

*Logos* (logika) adalah salah satu dari tiga bukti logis atau penggunaan argument dan bukti dalam sebuah pidato sehingga lebih efektif. Bagi Aristoteles, *Logos* mencakup penggunaan beberapa praktik termasuk klaim logis dan bahas yang jelas.

c. *Pathos*

*Pathos* adalah bukti emosional atau emosi yang dimunculkan dari para anggota khalayak. Pembuktian emosional (*emotional proof*) sebagai kualitas yang didasarkan pada emosi. Dalam hal ini Aristoteles berargumen bahwa para pendengar menjadi alat pembuktian ketika emosi mereka digugah; para pendengar menilai dengan cara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh rasa bahagia, sakit, benci atau takut. (West, 2014:8)

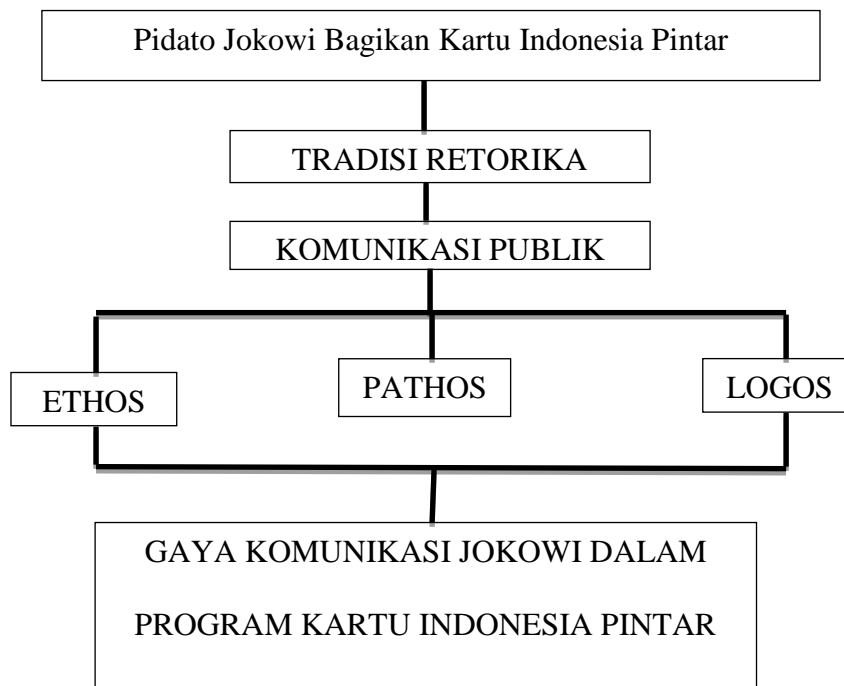
## **GAYA KOMUNIKASI**

Komunikasi merupakan hal penting terutama dalam dunia bisnis dan politik. Dengan adanya komunikasi yang baik maka semua bisa berjalan dengan baik. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa setiap orang memiliki gaya komunikasi yang sangat unik dan berbeda. Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1996:115) terdapat enam gaya komunikasi yaitu: Gaya komunikasi mengendalikan (*The Controlling Style*), Gaya komunikasi dua arah (*The equalitarian style*), *The Structuring Style* (komunikasi berstruktur), Gaya komunikasi dinamis (*The Dynamic style*), *The Relinquishing Style* (Gaya Komunikasi yang menerima masukan), *The Withdrawal Style* (Gaya Komunikasi penarikan).

Gambaran umum yang diperoleh dari uraian di atas adalah bahwa *the equalitarian style of communication* merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: *structuring*, *dynamic* dan *relinquishing* dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat.

Gaya komunikasi *controlling* dan *withdrawal* mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat dan produktif sehingga dalam dunia bisnis, organisasi baikpun dalam politik lebih baik dihindari karena tidak akan efektif dan bisa menimbulkan konflik karena gaya komunikasi ini bisa dikatakan tidak cukup ideal.

## KERANGKA PEMIKIRAN



## METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma Interpretif dimana paradigma ini memusatkan pada penyelidikan terhadap cara manusia memaknai kehidupan sosial mereka serta bagaimana manusia mengekspresikan pemahaman mereka melalui bahasa, suara, perumpamaan, gaya pribadi maupun ritual sosial. (Daymon&Holloway, 2008:5).

Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif dimana penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah Menurut Moleong (2007:6).

Untuk penyajian data, penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif yang menurut Moleong (2014:11) metode deskriptif merupakan cara dimana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar bukan angka-angka. Hal itu disebabkan adanya penerapan metode kualitatif dan semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Maka dari itu laporan dari penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan dan data bisa berasal dari foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan dan dokumen resmi lainnya.

Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Jabodetabek dengan mencari beberapa sumber pendukung di perpustakaan Universitas Bunda Mulia dan jurnal-jurnal baik nasional dan internasional. Peneliti melihat figur Jokowi beserta program Kartu Indonesia Pintar sebagai unit analisis dari penelitian ini yang akan di analisa dari Video

**National Conference of Creative Industry:  
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

<https://www.youtube.com/watch?v=cAGKquNzwCA> yang berjudul “Di Kupang Pak Jokowi Bagikan Kartu Indonesia Pintar”. Videoyang berdurasi 5 menit 57 detik singkat namun dapat menunjukkan gaya bahasa serta interaksi Jokowi dengan masyarakat secara berdialog dan menunjukkan sisi kredibilitasnya yang kemudian peneliti akan teliti lebih dalam lagi dari segi retorika dan gaya komunikasi menurut Steward L.Tubbs dan Sylvia Moss (1996).

Dalam penelitian ini terdapat dua teknik pengumpulan data dimana data primer akan dilakukan dengan observasi dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dengan mengumpulkan studi atau data kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian gaya komunikasi retorika Jokowi.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Ethos merujuk pada karakter, intelegensi dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara yang terkait dengan etika atau kredibilitas. Latar belakang Jokowi yang merupakan seorang warga sipil biasa dan kesulitan yang pernah ia alami di masa lalu menciptakan sosoknya yang terkesan merakyat karena berani mendekati rakyatnya hingga ke lapisan paling bawah, dan berani terjun langsung ke lapangan untuk menemui rakyatnya.

Pathos Dari sisi emosional, Jokowi bukanlah orang yang berbicara secara menggebu-gebu dan dengan nada tinggi, melainkan gaya komunikasi Jokowi secara santai, jelas namun tegas dan pada intinya langsung. Selain tegas dalam ucapan, Jokowi mampu menciptakan sisi emosional dari para pendengar sehingga suasana tidak begitu tegang. Ketegangan dapat hilang dikarenakan adanya pengaruh rasa senang dari para khalayak. Seperti yang ditegaskan oleh West (2014:8) bahwa para pendengar dapat menilai dengan cara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh rasa bahagia, sakit, benci atau takut.

Logos yang merupakan salah satu dari tiga bukti logis atau penggunaan argument dan bukti dalam sebuah pidato sehingga lebih efektif terbukti dalam program Jokowi. Saat masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, di tahun 2012, Jokowi telah meluncurkan program serupa yakni Kartu Jakarta Pintar (KJP) yang berhasil menolong masyarakat, dan memperbaiki kondisi pendidikan di Jakarta. Sehingga, pada saat Jokowi menjabat sebagai Presiden RI, beliau mengembangkan program KJP menjadi Kartu Indonesia Pintar, dimana program ini lebih terfokus kepada seluruh anak anak Indonesia.

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Peneliti menyimpulkan bahwa ketiga bukti retorik yang ada *ethos*, *pathos* dan *logos* semua sangat melekat terdapat di dalam gaya komunikasi Jokowi dan Jokowi memiliki gaya tersendiri untuk membawa dan membuktikan ketiga bukti retorik tersebut.

Terdapat 6 gaya komunikasi menurut Steward L.Tubbs dan Sylvia Moss yaitu *the controlling style*, *the equalitarian style*, *the structuring style*, *the dynamic style*, *the relinquishing style* dan *the withdrawal style*. Dari ke 6 gaya itu gaya komunikasi yang

**National Conference of Creative Industry:  
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

paling melekat kepada Jokowi adalah *the equalitarian style*. Dalam pidato nya ke sekolah-sekolah termasuk ke SMKN 3 Kupang, Jokowi menunjukkan kepedulian tinggi nya dengan membagikan alat keperluan sekolah, berinteraksi dengan murid-murid, mengadakan kuis kepada anak tunanetra dan memberikan hadiah langsung berupa laptop dan sepeda sehingga gaya komunikasi ini sangat menonjol dalam Jokowi.

Selain gaya komunikasi *equalitarian*, gaya komunikasi lainnya terdapat di dalam Jokowi kecuali gaya komunikasi *controlling* dan *withdrawal* dimana Jokowi walaupun menjadi seorang pemimpin Negara tidak bersifat membatasi dan memaksa perilaku dan tanggapan orang lain serta tidak mencoba untuk menghindari masalah melainkan gaya komunikasi Jokowi terstruktur, dinamis dan mencerminkan kesediaan untuk menerima saran serta pendapat ataupun gagasan dari orang lain termasuk masyarakat.

Penulis memandang bahwa Jokowi memiliki gaya komunikasi yang menunjukkan bahwa tindakan lebih baik daripada sebuah janji dan Jokowi merupakan sosok seorang yang berintegritas. Konsisten dalam setiap tindakan, nilai-nilai prinsip yang diterapkan, memiliki pribadi yang jujur dan karakter yang kuat. Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memperluas analisa deskriptif terhadap gaya komunikasi seseorang, khususnya terhadap analisis gaya komunikasi dan pandangan retorika terhadap Jokowi. Menambah pengetahuan tentang analisa gaya komunikasi dan retorika bagi para mahasiswa Universitas Bunda Mulia program studi ilmu komunikasi khususnya jurusan *public relation* yang ingin melakukan penelitian menggunakan tradisi retorika.

Dan dalam implikasi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan pemahaman kepada *public figure* yang bergerak baik di bidang pemerintahan, *entertainment* dan lainnya yang berhubungan dengan pidato dan berbicara didepan umum agar dapat memahami dan menjadi lebih baik lagi dalam berpidato ataupun berkomunikasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Artikel dalam Jurnal Publikasi**

Brian Legget & Josep M. Rosanas (2008). *Rethoric and Persuasion in Management. International Journal*

Livia dan Suenarto (2018). Retorika Barack Hussein Obama Dan Susilo Bambang Yudhoyono Dalam Menanggapi Isu Isis Di Dunia. *Jurnal Nasional*.

Nicki Hardyanti (2012). Analisis Retorika Dalam Kampanye Pemilu DKI Jakarta 2012

*Jurnal Nasional*.



**National Conference of Creative Industry:  
*Sustainable Tourism Industry for Economic Development***

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

**Skripsi**

Evi Lie. (2014). Identifikasi Retorika Aristoteles dalam Pidato Basuki Tjahaja Purnama.  
Universitas Bunda Mulia

**Buku**

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika

West, Richard dan Lynn H Turner. (2008). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss. (1996) *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya,

Daymon, Christine, dan Immy Holloway. (2008). Metode-metode Riset Kualitatif: dalam *Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.

Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung

**National Conference of Creative Industry:  
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

**RIWAYAT HIDUP**

Nama : Patricia Jhoshella  
NIM : 14140044  
Tempat/tgl Lahir : Jakarta, 25 Mei 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Daan Mogot Baru, Kintamani Blok LB No. 21  
Jakarta Barat  
No. Telp : 081908087188

**Riwayat Pendidikan**

Tahun 2011 s/d 2014	SMA Kairos Gracia International School
Tahun 2008 s/d 2011	SMP Kairos Gracia International School
Tahun 2002 s/d 2008	SD Kairos Gracia International School
Tahun 2000 s/d 2002	TK Kasih Bunda Dewi Pecenongan

**Pengalaman Kerja**

Tahun 2018 s/d 2018	<i>Business Development</i> in PT Surya Indah Majoe
Tahun 2017 s/d 2017	<i>Marketing Communications Intern</i> , at PT Surya Indah Majoe.
Tahun 2016 s/d 2016	<i>Personal Assistant</i> Mrs Devina In Jewelry specialist